



© 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 GAYA HIDUP BERBELANJA DAN *FLASH SALE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PENGGUNA *SPAYLATER*
PADA GENERASI Z DI DKI JAKARTA**



Disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dari Politeknik Negeri Jakarta

Disusun oleh:

Zalfa Fadya / 2104421086

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
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 GAYA HIDUP BERBELANJA DAN *FLASH SALE*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PENGGUNA *SPAYLATER*
PADA GENERASI Z DI DKI JAKARTA**



**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zalfa Fadya

NIM : 2104421086

Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan

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, 02 Juli 2025



Zalfa Fadya

NIM. 2104421086



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

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Zalfa Fadya

NIM : 2104421086

Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan

Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Pengguna *Spaylater* Pada Generasi Z Di DKI Jakarta**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar S.Tr. M pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rodiana Listiawati, S.E., M.M.

Anggota Penguji : Heri Abrianto, S.E., M.M.

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 15/07/2025

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si..

NIP. 197009131999031002



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Zalfa Fadya
NIM : 2104421086
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan *Flash Sale*
Terhadap *Impulse Buying* Pengguna *Spaylater*
Pada Generasi Z Di DKI Jakarta

Disetujui oleh Pembimbing

Heri Abrianto, S.E., M.M

NIP. 196510051997021001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Diketahui Oleh

KPS Program Studi

Heri Abrianto, S.E., M.M

NIP. 196510051997021001

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan tulisan berjudul " Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Pengguna *Spaylater* Pada Generasi Z Di DKI Jakarta." . Tulisan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program dan mendapatkan gelar Sarjana Terapan (S. Tr) dalam program studi Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, di Politeknik Negeri Jakarta (PNJ). Dalam proses penyelesaian karya ini, penulis tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. yang menjabat sebagai Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si., yang menjabat sebagai Ketua Jurusan Akuntansi di Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M., yang menjabat sebagai Kepala Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan dan juga menjadi dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan arahan serta masukan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis selama kegiatan perkuliahan.
5. Kedua orang tua saya yaitu, Bapak Taufik Hidayatullah dan Ibu Soleha yang memberikan dukungan moral dan material, serta doa yang tiada henti sampai saat ini.
6. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Depok, 02 Juli 2025


Zalfa Fadya



© 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 mengumunkan 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 : Zalfa Fadya
NIM : 2104421086
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
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 Gaya Hidup Berbelanja dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Pengguna *Spaylater* Pada Generasi Z Di DKI Jakarta. 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 : 02/07/2025

Yang menyatakan

Zalfa Fadya



Zalfa Fadya

Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan

Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan *Flash Sale* Terhadap *Impulse Buying* Pengguna *Spaylater* Pada Generasi Z Di DKI Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup berbelanja dan *flash sale* terhadap *impulse buying* pada pengguna *Spaylater* di kalangan Generasi Z di DKI Jakarta. Fenomena *impulse buying* semakin relevan di era digital, didorong oleh kemudahan transaksi *e-commerce* dan fitur pembayaran seperti *paylater*. Survei Katadata Insight Center (2024) menunjukkan DKI Jakarta sebagai pengguna *paylater* terbanyak, dengan *Spaylater* menjadi pilihan utama (Populix, 2023). Namun, kemudahan ini juga memicu pembelian impulsif, di mana 69,9% Generasi Z pengguna *paylater* melakukan *impulse buying* (IDN Research Institute, 2024). Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden Generasi Z pengguna aktif *Spaylater* di DKI Jakarta, dipilih melalui *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 30. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berbelanja memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *impulse buying*. Demikian pula, *flash sale* berpengaruh signifikan positif terhadap *impulse buying*. Secara simultan, gaya hidup berbelanja dan *flash sale* secara signifikan memengaruhi *impulse buying*. Koefisien determinasi R^2 sebesar 33 % variasi *impulse buying* dijelaskan oleh kedua variabel ini, sementara 67% dipengaruhi faktor lain. Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa gaya hidup berbelanja dan strategi *flash sale* merupakan pemicu kuat *impulse buying* di kalangan Generasi Z pengguna *Spaylater*.

Kata Kunci: Gaya Hidup Berbelanja, *Flash Sale*, *Impulse Buying*, *Spaylater*, Generasi Z.

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



Zalfa Fadya

Applied Finance and Banking Study Program

The Influence of Shopping Lifestyle and Flash Sales on Impulse Buying of Spaylater Users Among Generation Z in DKI Jakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of shopping lifestyle and flash sales on impulse buying among Spaylater users in Generation Z in DKI Jakarta. The phenomenon of impulse buying has become increasingly relevant in the digital era, driven by the convenience of e-commerce transactions and payment features such as paylater. A survey by Katadata Insight Center (2024) indicates that DKI Jakarta has the highest number of paylater users, with Spaylater being the primary choice (Populix, 2023). However, this convenience also triggers impulsive purchases, with 69.9% of Generation Z paylater users engaging in impulse buying (IDN Research Institute, 2024). This quantitative research employs a survey method with a questionnaire distributed to 100 active Spaylater users from Generation Z in DKI Jakarta, selected through purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 30. The results indicate that shopping lifestyle has a significant positive effect on impulse buying. Similarly, flash sales also have a significant positive impact on impulse buying. Simultaneously, both shopping lifestyle and flash sales significantly influence impulse buying. The coefficient of determination (R^2) of 33% indicates that 33% of the variation in impulse buying is explained by these two variables, while 67% is influenced by other factors. This study confirms that shopping lifestyle and flash sale strategies are strong triggers of impulse buying among Generation Z users of Spaylater.

Keywords: *Shopping Lifestyle, Flash Sales, Impulse Buying, Spaylater, Generation Z.*

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 ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Gaya Hidup Berbelanja.....	7
2.1.2 <i>Flash sale</i>	8
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	8
2.1.4 <i>Spaylater</i>	9
2.1.5 Generasi Z.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	11
BAB III	14
METODE PENELITIAN.....	14
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Objek Penelitian	14
3.3 Metode Pengumpulan Sampel.....	14
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	16
3.5 Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian.....	16
3.5.1 Studi Kepustakaan.....	16
3.5.2 Studi Lapangan.....	17
3.5.3 Variabel Operasional	17
3.5.4 Teknik Pengolahan Data	19
3.6 Teknik Analisis Data.....	19
3.6.1 Uji Alat Analisis	19
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	20
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	21
3.6.4 <i>Uji Hipotesis</i>	21
BAB IV	23
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	23
4.2 Hasil Uji Instrumen	23
4.2.1 Karakteristik Responden	23
4.2.2 Hasil Uji Validitas Pre-test.....	27
4.2.3 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-test</i>	28
4.2.4 Analisis Tanggapan Responden	29
4.3 Hasil Pengujian Data Penelitian	33
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	33

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.3.2 Uji Hipotesis	38
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	41
BAB V	45
PENUTUP	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN	49





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 TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Jurnal Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Skala Likert	17
Tabel 3. 2 Variabel Operasional.....	18
Tebel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pengguna <i>Spaylater</i>	23
Tebel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tebel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	24
Tebel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	25
Tebel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	25
Tebel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan.....	26
Tebel 4. 7 Kesimpulan Karakteristik Responden.....	26
Tebel 4. 8 Tabel R Koefisien Korelasi Sederhana	27
Tebel 4. 9 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Pre-test</i>	28
Tebel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Gaya Hidup Berbelanja .	29
Tebel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Flash Sale</i>	31
Tebel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i>	32
Tebel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	42

**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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan pengguna <i>paylater</i> di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Kesadaran Merek dan Pengguna <i>Paylater</i>	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	12
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	34
Gambar 4. 2 Grafik P-Plot of Regression Standarized Residual	35
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Residual	35
Gambar 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas	36
Gambar 4. 5 Grafik Scatterplot	37
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Park	37
Gambar 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	38
Gambar 4. 8 Hasil Uji T	39
Gambar 4. 9 Hasil Uji F	40
Gambar 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2 Gambaran Responden.....	51
Lampiran 3 Analisis Deskripsi.....	53
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	53
Lampiran 5 Uji Intrumen	54
Lampiran 6 Tabulasi Data Final.....	56
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
Lampiran 8 Lembar Bimbingan.....	62



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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

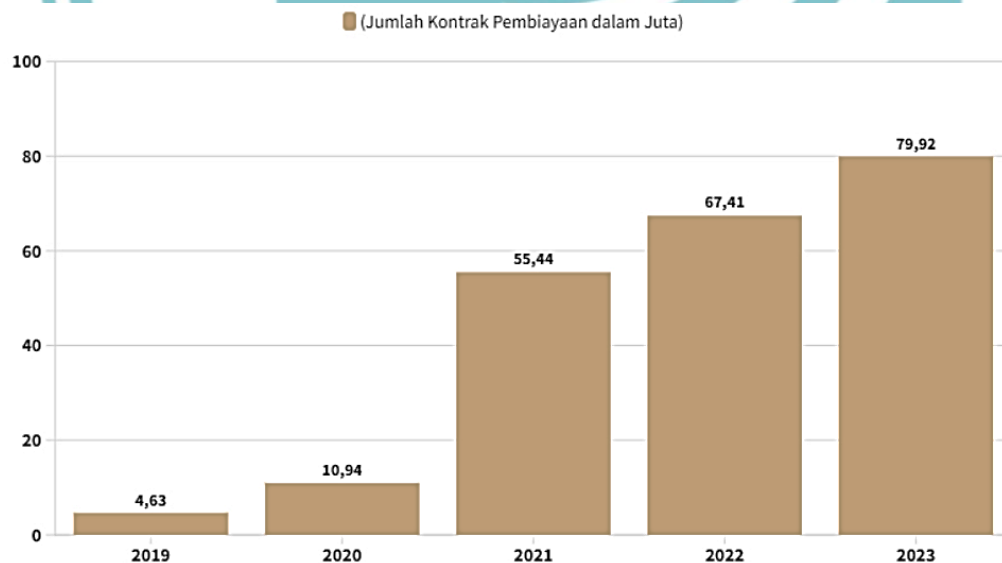
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi terus menunjukkan kemajuan dalam beberapa tahun terakhir, yang terlihat dari meningkatnya pemakaian internet. Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, bahwa tingkat akses internet di Indonesia mencapai 79,5% dari seluruh populasi, dengan kenaikan setiap tahunnya. Peningkatan ini menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang terhubung internet, yang secara langsung mendorong pertumbuhan pengguna *e-commerce*.

Perkembangan teknologi dalam metode transaksi telah menguntungkan pertumbuhan *e-commerce*. Salah satu cara bertransaksi yang menarik adalah fitur *paylater*, yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja dengan cara dicicil. Melalui layanan *paylater*, masyarakat dengan gampang memenuhi kebutuhan sehari-hari dan mengatur keuangan dengan lebih efektif.



GAMBAR 1. 1 PERTUMBUHAN PENGGUNA *PAYLATER* DI INDONESIA

Sumber : *GoodStats*

Menurut *GoodStats* (2024), data yang tersedia hingga tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah pengguna *paylater* di Indonesia mencapai 79,92%. Angka ini menunjukkan pertumbuhan yang besar dibandingkan dengan tahun 2019 yang



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

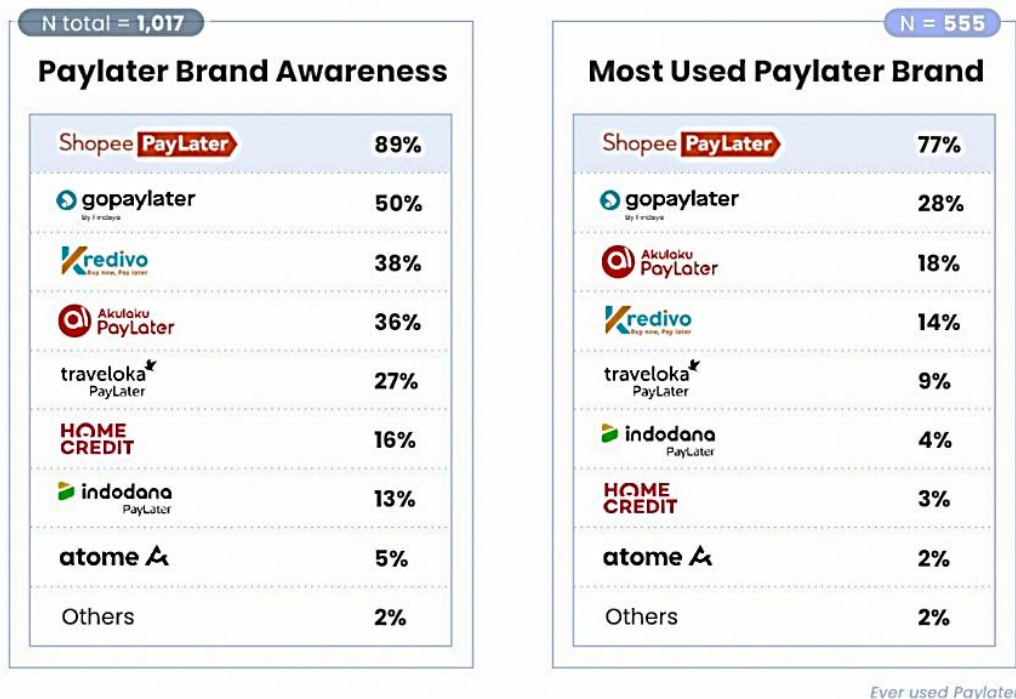
hanya berada pada angka 4,63%. Ini menandakan semakin banyak individu yang berminat untuk menggunakan layanan *paylater*.

TABEL 1. 1 POPULASI PENGGUNA *PAYLATER*

No.	Kota/Kab	Total Populasi (dalam ribuan)
1	DKI Jakarta	11,350
2	Kota-Kab. Bogor	6,618
3	Kota-Kab. Tangerang dan Tangerang Selatan	6,590
4	Kota-Kab. Bandung	6,278
5	Kota-Kab. Bekasi	5,669

Sumber : Data diolah, (2025)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata *Insight Center* (KIC) pada tahun 2024, data untuk tahun 2023 menunjukkan bahwa DKI Jakarta merupakan wilayah dengan pengguna *paylater* terbanyak, mencapai populasi sebanyak 11.350 ribu. Seiring dengan meningkatnya popularitas *paylater*, *Spaylater* muncul sebagai layanan unggul dengan *brand awareness* tertinggi.



GAMBAR 1. 2 KESADARAN MEREK DAN PENGGUNA *PAYLATER*

Sumber : Populix (2023)

Menurut laporan Populix (2023), 89% responden mengenali merek *Spaylater*, dan 54.6% atau 555 responden pernah menggunakan layanan *paylater*, di mana 77% di antaranya memilih menggunakan *Spaylater*. Temuan ini menunjukkan



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bahwa *Spaylater* menjadi pilihan utama di kalangan pengguna *paylater* dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

Dibalik kemudahan pengguna pembayaran menggunakan *Spaylater* ternyata menimbulkan *impulse buying* pada konsumen (Luthfia et al., 2023). Dalam survei IDN Research Institute (2024) sebanyak 69,9% pengguna *paylater* membuat generasi Z melakukan *impulse buying*. Perilaku ini cenderung dipengaruhi oleh dorongan emosional, penawaran menarik, atau dorongan lainnya yang muncul saat berbelanja *online*. Dalam konteks ini, gaya hidup merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap munculnya *impulse buying*.

Gaya hidup yang menekankan kesenangan dan kepuasan dalam berbelanja. Proses berbelanja *online* yang dianggap lebih mudah dan sederhana, serta harga yang sering kali lebih terjangkau dibandingkan dengan toko *offline*, dapat menarik perhatian pembeli untuk berbelanja tanpa persiapan yang matang.

Gaya hidup berbelanja dapat berpengaruh pada *impulse buying* (Adi, 2022) Semakin tinggi tingkat gaya hidup berbelanja, semakin besar pula kecenderungan untuk melakukan *impulse buying*. Namun, temuan ini bertolak belakang dengan hasil yang ditemukan (Restike et al, 2024) yang menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap pengguna *Spaylater* pada generasi Z. Sebaliknya, *impulse buying* justru memiliki pengaruh terhadap pengguna pembayaran tersebut. Temuan ini mendorong untuk mempertimbangkan faktor lain, seperti *flash sale*, yang berperan dalam memicu *impulse buying* dalam pengguna *Spaylater*.

Menurut Darwipat et al. (2020), adanya program *flash sale* dapat memicu *impulse buying* pada konsumen. Shopee merupakan salah satu platform yang secara aktif menawarkan program *flash sale*, menarik perhatian banyak konsumen untuk berbelanja secara *impulse buying*. Selain itu, Shopee juga menyediakan fitur *paylater* dalam *flash sale*, sehingga generasi Z bisa membeli barang dengan harga *diskon* dan membayarnya nanti.

Menurut Dude et al., (2022) mengatakan bahwa *flash sale* dan *paylater* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku *impulse buying*. *Diskon* yang ditawarkan menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk melakukan pembelian, sementara pengguna *paylater* yang lebih sering dapat meningkatkan kecenderungan untuk berbelanja secara *impulse*. Namun, temuan ini bertolak belakang dengan



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

hasil temuan yang dilakukan oleh Alamsyah et al.,(2024) yang menunjukkan bahwa *flash sale* tidak berdampak pada *impulse buying*.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menghasilkan temuan yang beragam. Di satu sisi, ada penelitian yang menunjukkan bahwa gaya hidup dan *flash sale* memiliki pengaruh terhadap *impulse buying*. Di sisi lain, ada penelitian yang tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan adanya *research gap*.

Research gap dari penelitian sebelumnya mengenai pengaruh gaya hidup dan *flash sale* terhadap *impulse buying*, yang menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk eksplorasi lebih lanjut dan fokus penelitian ini pada gaya hidup berbelanja serta pengguna *Spaylater* di DKI Jakarta yang memberikan wawasan berbeda.

Dengan memperhatikan hal tersebut, peneliti berminat untuk melakukan penelitian mengenai *Spaylater* guna memahami sejauh mana pengaruh gaya hidup berbelanja dan *flash sale* terhadap *impulse buying* pada generasi Z, dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan *Flash sale* Terhadap *Impulse Buying* Pengguna *Spaylater* Pada Generasi Z di DKI Jakarta.”

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi dan pengguna internet yang semakin luas telah merubah cara orang berbelanja, khususnya melalui platform *e-commerce*. Salah satu fitur menarik dalam platform *e-commerce* adalah *Spaylater*, yang menyediakan opsi bagi pengguna untuk bertransaksi dengan sistem pembayaran cicilan. Dengan adanya pilihan *Spaylater*, Generasi Z di DKI Jakarta dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan rutin sekaligus mengelola keuangan.

Namun, kemudahan ini juga berpotensi memicu perilaku *impulse buying*, di mana konsumen cenderung melakukan pembelian tanpa perencanaan yang matang. Gaya hidup berbelanja yang mengedepankan kepuasan instan dan kemudahan akses dapat mendorong perilaku ini. Selain itu, strategi pemasaran seperti *flash sale* yang memberikan potongan harga besar dalam jangka waktu terbatas, bisa mendorong untuk melakukan pembelian. Meskipun banyak penelitian yang membahas pengaruh faktor-faktor ini, hasil yang diperoleh masih bervariasi, menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dieksplorasi lebih lanjut.



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

1.3 Pertanyaan Penelitian

Untuk mempermudah dalam penelitian ini, rumusan masalah dijelaskan sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berbelanja berpengaruh terhadap *impulse buying* pengguna *Spaylater* pada generasi Z di DKI Jakarta?
2. Apakah *flash sale* berpengaruh terhadap *impulse buying* pengguna *Spaylater* pada generasi Z di DKI Jakarta?
3. Apakah gaya hidup berbelanja dan *flash sale* bersama sama atau simultan berpengaruh terhadap *impulse buying* pada pengguna *Spaylater* pada generasi Z di DKI Jakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup berbelanja terhadap perilaku *impulse buying* pada pengguna *Spaylater* pada generasi Z di DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *flash sale* terhadap perilaku *impulse buying* pada pengguna *Spaylater* pada generasi Z di DKI Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara gaya hidup dan *flash sale* terhadap perilaku *impulse buying* pada pengguna *Spaylater* pada generasi Z di DKI Jakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi yang berarti dalam berbagai aspek :

1. Teoritis : Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya mengenai pengaruh gaya hidup berbelanja dan *flash sale* terhadap *impulse buying*. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk mengembangkan model teoritis yang menjelaskan hubungan antara gaya hidup berbelanja, *flash sale*, dan perilaku *impulse buying*.
2. Praktis : Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi pelaku bisnis dan pemasar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti promosi *flash sale* yang lebih menarik dan sesuai dengan cara berbelanja konsumen. Penelitian ini juga berpotensi memberikan informasi yang berguna bagi konsumen untuk memahami bagaimana gaya hidup berbelanja 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

penawaran khusus dapat memengaruhi keputusan belanja, sehingga dapat berbelanja dengan lebih bijak.

3. Sosial : Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang perilaku belanja *impulse* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga konsumen dapat lebih berhati-hati dalam pengambilan keputusan belanja.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan yang sistematis bertujuan untuk menjelaskan hasil penelitian ini secara singkat, jelas, dan padat. Berikut adalah penyajian sistematis dari penelitian ini:

Bab I, Pendahuluan. Bagian ini mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

Bab II, Tinjauan Pustaka. Dalam bagian ini disajikan kajian teori yang menjadi dasar penelitian, penelitian sebelumnya, serta kerangka berpikir dari penulis.

Bab III, Metode Penelitian. Di bagian ini dibahas tentang jenis penelitian, subjek yang diteliti, teknik pemilihan sampel, jenis dan sumber data, cara pengumpulan data, serta analisis data yang dilakukan.

Bab IV, Hasil Penelitian dan Pembahasan. Dalam bagian ini disajikan analisis hasil penelitian serta pembahasan mengenai permasalahan penelitian dan pengguna data yang dianalisis.

Bab V, Kesimpulan. Bagian ini menyajikan ringkasan dari bab sebelumnya beserta saran yang diharapkan berguna untuk variabel-variabel yang ada.

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 V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh gaya hidup berbelanja dan *flash sale* terhadap *impulse buying* pengguna *Spaylater* pada Generasi Z di DKI Jakarta, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil analisis gaya hidup berbelanja berpengaruh terhadap *impulse buying* pengguna *Spaylater* di kalangan generasi Z di DKI Jakarta. Generasi Z cenderung tergoda untuk melakukan pembelian karena iklan, memiliki ketertarikan terhadap merek ternama yang memiliki kualitas terbaik. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan adanya pengaruh gaya hidup berbelanja terhadap *impulse buying*.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flash sale* juga memiliki pengaruh terhadap *impulse buying* pengguna *Spaylater* di kalangan generasi Z di DKI Jakarta. Bahwa generasi Z tertarik untuk berbelanja saat ada *flash sale*, terutama karena promo yang menarik dan kemudahan pembayaran. Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa *flash sale* berpengaruh terhadap *impulse buying*.
- c. Berdasarkan uji F, dapat gaya hidup berbelanja dan *flash sale* secara simultan berpengaruh terhadap *impulse buying* pengguna *Spaylater* di kalangan generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa 34% dari *impulse buying* generasi Z dipengaruhi oleh kedua faktor tersebut, sementara 66% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.



5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

- a. Generasi Z sebagai konsumen perlu memahami konsekuensi dari pembelian impulsif dan mengelola pengeluaran mereka dengan lebih baik, sehingga dapat membuat keputusan yang lebih bijak saat berbelanja.
- b. Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang mencakup variabel lain yang mungkin mempengaruhi *impulse buying*, seperti faktor sosial, psikologis, risiko, atau ekonomi. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai perilaku belanja generasi Z.

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 PUSTAKA

- Adi, I. (2022). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen E-Commerce Tokopedia Indonesia. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Vol. 7 No. 5*, 529-546.
- Alamsyah, F. A., Adrian, & Anas, H. (2024). Pengaruh Flash Sale, Kualitas Produk, dan Penggunaan Paylater Terhadap Impulse Buying pada E-commerce Shopee. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM) Vol. 2 No. 3*, 2746-2755.
- Anggreani, D. D., & Suciarto A., S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif. *JEMAP : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Dan Perpajakan ISSN: 2622-612X Vol 3 No. 1*, 36-51.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. apjii.or.id.
- Atrian, A., & Sholihah, E. (2024). Pengaruh Flash Sale, Website Quality dan Promosi Gratis Ongkir Terhadap Impulse Buying di Marketplace Online Shopee. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (DINAMIKA) Vol. 4 No. 1*, 44-53.
- Badan Pusat Statistik . (2020). *Jumlah Penduduk Menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Provinsi DKI JAKARTA*. Diambil kembali dari Sensus BPS: <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/12/0>
- Cantikasari, Y., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Motivasi Hedonis, Materialisme, dan Shopping Lifestyle Terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ekonomi Manajemen DAN BISNIS Vol. 23 No. 2*, 33-43.
- Darwipat , D., Syam, A., & Marhawati. (2020). Pengaruh Program Flash Sale Terhadap Perilaku Impulsive Buying Konsumen Marketplace. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 58-64.
- dspace.uui.ac.id. (t.thn.). *T Tabel dan F Tabel* . Diambil kembali dari dspace.uui.ac.id: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/7943/0840-Lampiran%207%20Tabel%20uji%20F%20dan%20tabel%20uji%20T.pdf?sequence=16&isAllowed=y>
- Dude, N. Z., Isa, R. A., & Ismail, Y. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Paylater dan Flash Sale Terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee. *YUME: Journal of Management Vol. 5 No. 3*, 358-363.
- Ernestivita, G., Budiyanto, & Suhermin. (2023). *Seni Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif*. Bandung, Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- GoodStats. (2024, Agustus). Pengguna Paylater Indonesia Tumbuh 17 kali dalam 5 tahun terakhir . *nasional*.
- Holidah, S., Wiryaningtyas, D. P., & Praja, Y. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mount (E-WOM) dan Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo Pada Marketplace Shopee dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) Vol. 2 No. 9*, 2021-2039.

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



© 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

- IDN Research Institute. (2024). *Indonesia Report Gen Z*. IDN MEDIA.
- Ismiupnjatim. (2020, April). *Tabel r (Koefisiensi Korelasi Sederhana)*. Diambil kembali dari [ismiupnjatim.wordpress.com: https://ismiupnjatim.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/tabel-r.pdf](https://ismiupnjatim.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/tabel-r.pdf)
- Katadata Insight Center (KIC). (2024). *Laporan Perilaku Pengguna Paylater 2024*. kredivocorp.
- Luthfia, I. M., Pratiwi, M. I., Wiedayanti, D. F., & Nastiti, A. P. (2023). Paylater and Impulse Buying Behavior in the Industry 4.0 Era. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi Vol. 4 No. 2*, 39.
- Populix. (2023). *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption*. Populix.
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis Vol. 22 No. 1*, 100-113.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Silitonga, N., & Tampomuri, H. R. (2024). Generasi Z dan Tantangan Etika Digital Dalam Pembelajaran Modern. *Jurnal Commutarian Vol. 6 No. 1*, 950-960.
- SPayLater. (2024). *Cara Mengaktifkan SPayLater*. Diambil kembali dari [shopeepay.co.id: https://shopeepay.co.id/blog/cara-mengaktifkan-dan-bayar-spaylater-bisa-pakai-di-mana-pun](https://shopeepay.co.id/blog/cara-mengaktifkan-dan-bayar-spaylater-bisa-pakai-di-mana-pun)
- SPaylater. (2024, Sep 17). *SPayLater: Bayar dimana pun lebih mudah dan cepat*. Diambil kembali dari [Shopeepay.co.id: https://shopeepay.co.id/blog/spaylater](https://shopeepay.co.id/blog/spaylater)
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta .
- Utami, S. (2018). Perubahan status lifestyle konsumtif perempuan dalam menggunakan online shop. *An-Nisa'*, 11(2), 483–498.
- Yonatan, A. Z. (2024, Agustus 17). Pengguna Paylater Indonesia Tumbuh 17 Kali Lipat dalam 5 Tahun Terakhir. *GoodaStats*, hal. 3. Diambil kembali dari [goodstats.id: https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL](https://goodstats.id/article/pengguna-paylater-indonesia-tumbuh-17-kali-lipat-dalam-5-tahun-terakhir-355VL)



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

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk Pengisian

1. Responden dimohon untuk pernyataan ini sejujur-jujurnya.
2. Menjawab secara singkat pada kolom yang berisi pernyataan dan pilih salah satu jawaban pada pernyataan yang sesuai.

B. Pernyataan

1. Jenis Kelamin
 - ☐ Perempuan
 - ☐ Laki-laki
2. Umur
 - ☐ 18-22 Tahun
 - ☐ 23-28 Tahun
3. Domisili
 - ☐ Jakarta Utara
 - ☐ Jakarta Pusat
 - ☐ Jakarta Barat
 - ☐ Jakarta Selatan
 - ☐ Jakarta Timur
 - ☐ Kepulauan Seribu
4. Pekerjaan
 - ☐ Mahasiswa
 - ☐ Karyawan Swasta
 - ☐ Karyawan BUMN
 - ☐ Wirausaha
 - ☐ Freelancer
5. Pendapatan / Uang saku
 - ☐ < 1.000.000
 - ☐ 1.000.000 – 3.000.000
 - ☐ 3.000.000 – 6.000.000
 - ☐ > 6.000.000
6. Intensitas menggunakan *Spaylater*
 - ☐ 2 – 4 kali
 - ☐ 5 – 7 kali
 - ☐ 8 – 9 kali
 - ☐ > 9 kali

II. PENILAIAN KUESIONER

A. Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah jawaban yang dianggap paling sesuai
2. Jawaban yang tersedia yaitu berupa skala Likert dengan 1 – 5 sebagai berikut :



© 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

Kode	Keterangan	Bobot Nilai
(STS)	Sangat Tidak Setuju	1
(TS)	Tidak Setuju	2
(N)	Netral	3
(S)	Setuju	4
(SS)	Sangat Setuju	5

B. Daftar Pernyataan

No.	Variabel Gaya Hidup Berbelanja	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Tawaran Iklan						
1	Saya sering tergoda untuk membeli karena iklan, terutama jika bisa bayar dengan <i>Spaylater</i> .					
Model Terbaru						
2	Saya tertarik beli produk model terbaru, apalagi kalau viral.					
Merek Terkenal dan Kualitas Terbaik						
3	Saya tertarik beli produk dari merek ternama yang berkualitas.					
Beli Merek Berbeda						
4	Saya sering coba merek baru walau sebelumnya pakai merek lain.					
Merek Lain Produk Sama						
5	Saya tidak keberatan beli produk sama dari merek lain.					

No.	Variabel <i>Flash Sale</i>	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Big Discount</i>						
1	Saya sering ikut <i>flash sale</i> karena diskonnya besar dan bisa pakai <i>Spaylater</i> .					
<i>Frekuensi Flash sale</i>						
2	Banyaknya <i>flash sale</i> membuat saya tertarik berbelanja, terutama jika saya bisa bayar nanti.					
<i>Durasi Flash sale</i>						
3	Saya suka <i>flash sale</i> yang waktunya cukup lama agar bisa belanja dengan tenang.					
<i>Jumlah Produk yang Tersedia di Flash sale</i>						
4	Saya suka jika banyak yang produk tersedia saat <i>flash sale</i> .					
<i>Promo Flash sale yang Menarik</i>						
5	Promo menarik membuat saya antusias untuk ikut <i>flash sale</i> .					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

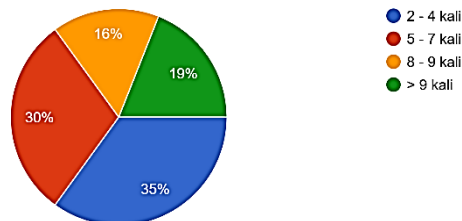
Hak Cipta :

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

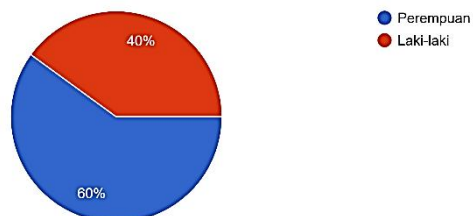
No.	Variabel <i>Flash Sale</i>	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Spontanitas						
1	Saya sering membeli barang secara tiba-tiba tanpa perencanaan					
Kekuatan, Kompulsi, dan Intensitas						
2	6. Saya merasa sulit untuk menahan diri dari membeli barang yang menarik.					
3	Saya sering merasa melakukan pembelian tanpa berpikir panjang menggunakan <i>Spaylater</i> .					
Kegairahan dan Stimulasi						
4	Rasa penasaran sering kali membuat saya bertindak impulsif dalam membeli barang-barang yang menarik					
Ketidakpedulian terhadap Akibat						
5	Saya sering mengabaikan risiko dan langsung membeli barang yang saya suka pakai <i>Spaylater</i> .					

LAMPIRAN 2 GAMBARAN RESPONDEN

Intensitas Menggunakan *Spaylater*
100 jawaban



Jenis Kelamin
100 jawaban



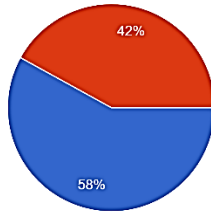


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

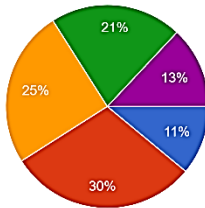
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Umur
100 jawaban



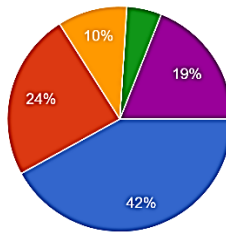
● 18 - 22 Tahun
● 23 - 28 Tahun

Domisili
100 jawaban



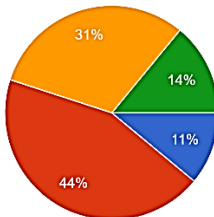
● Jakarta Utara
● Jakarta Pusat
● Jakarta Barat
● Jakarta Selatan
● Jakarta Timur
● Kepulauan Seribu

Pekerjaan
100 jawaban



● Pelajar/Mahasiswa
● Karyawan Swasta
● Karyawan BUMN
● Wirausaha
● Freelancer

Pendapatan / Uang Saku
100 jawaban



● < 1.000.000
● 1.000.000 - 3.000.000
● 3.000.000 - 6.000.000
● > 6.000.000



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN 3 ANALISIS DESKRIPSI

Statistics

		GHB1	GHB2	GHB3	GHB4	GHB5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.7100	3.7900	4.1200	3.9600	3.8800

Statistics

		FL1	FL2	FL3	FL4	FL5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.0200	4.0900	4.0400	4.0800	4.1800

Statistics

		IB1	IB2	IB3	IB4	IB5
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.9500	4.0900	3.9200	4.0400	3.7100

LAMPIRAN 4 TABULASI DATA

Hasil Kuesioner Variabel Gaya Hidup Berbelanja, *Flash Sale*, dan *Impulse Buying*

Responden	Gaya Hidup Berbelanja						Flash Sale						Impulse Buying					
	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total
1	3	3	4	4	5	19	4	4	3	5	5	21	3	3	4	5	3	18
2	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18	4	4	3	3	3	17
3	3	4	3	4	4	18	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	2	17
4	4	4	3	4	3	18	4	3	3	4	5	19	5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	4	19
6	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	4	5	3	20
7	4	4	4	3	3	18	4	3	3	4	5	19	5	4	5	5	4	23
8	2	3	3	4	5	17	4	4	3	4	3	18	3	4	3	4	2	16
9	4	3	4	5	5	21	3	4	3	5	5	20	4	4	5	4	4	21
10	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	4	19	3	2	3	3	2	13
11	3	4	5	5	4	21	3	4	3	3	4	17	5	5	4	5	4	23
12	2	3	3	4	3	15	2	2	4	5	5	18	4	4	3	4	4	19
13	3	4	5	5	4	21	3	3	5	3	4	18	4	4	3	3	3	17
14	3	3	4	3	3	16	4	4	5	5	5	23	4	4	4	3	3	18
15	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	5	24	3	3	4	4	4	18
16	3	4	5	4	4	20	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	3	19

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

17	2	3	4	3	3	15	4	3	2	3	4	16	3	2	3	3	3	14
18	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
19	4	4	3	3	3	17	3	4	3	3	3	16	4	3	2	3	2	14
20	4	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	2	19
21	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
22	4	5	5	5	5	24	4	4	3	3	3	17	4	4	3	4	4	19
23	3	3	4	3	3	16	3	3	4	5	5	20	4	4	4	3	3	18
24	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	3	18	5	5	5	4	4	23
25	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	5	22
26	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	3	17	3	4	3	3	3	16
27	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	4	16	4	5	5	5	5	24
28	4	4	3	4	5	20	4	5	5	5	4	23	4	4	4	3	3	18
29	3	3	4	5	5	20	5	5	4	4	5	23	4	4	5	4	4	21
30	5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15	5	5	4	4	4	22

LAMPIRAN 5 Uji INSTRUMEN

Hasil uji Validitas dan Uji Realibilitas Variabel Gaya Hidup Berbelanja

Correlations

		GHB1	GHB2	GHB3	GHB4	GHB5	GHB
GHB1	Pearson Correlation	1	.649**	.277	.192	.255	.669**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.139	.309	.174	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
GHB2	Pearson Correlation	.649**	1	.488**	.370*	.193	.736**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.006	.044	.306	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
GHB3	Pearson Correlation	.277	.488**	1	.536**	.379*	.740**
	Sig. (2-tailed)	.139	.006		.002	.039	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
GHB4	Pearson Correlation	.192	.370*	.536**	1	.731**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.309	.044	.002		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
GHB5	Pearson Correlation	.255	.193	.379*	.731**	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	.174	.306	.039	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
GHB	Pearson Correlation	.669**	.736**	.740**	.770**	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Variabel *Flash Sale*

Correlations

		FL1	FL2	FL3	FL4	FL5	FL
FL1	Pearson Correlation	1	.715**	.407*	.207	.190	.711**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.026	.272	.315	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
FL2	Pearson Correlation	.715**	1	.473**	.201	.054	.692**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.008	.286	.776	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
FL3	Pearson Correlation	.407*	.473**	1	.471**	.295	.763**
	Sig. (2-tailed)	.026	.008		.009	.114	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
FL4	Pearson Correlation	.207	.201	.471**	1	.709**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.272	.286	.009		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
FL5	Pearson Correlation	.190	.054	.295	.709**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	.315	.776	.114	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
FL	Pearson Correlation	.711**	.692**	.763**	.731**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel *Impulse Buying*

Correlations

		IB1	IB2	IB3	IB4	IB5	IB
IB1	Pearson Correlation	1	.739**	.445*	.327	.411*	.726**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.014	.077	.024	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
IB2	Pearson Correlation	.739**	1	.503**	.401*	.504**	.796**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.005	.028	.005	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
IB3	Pearson Correlation	.445*	.503**	1	.553**	.620**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.014	.005		.002	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
IB4	Pearson Correlation	.327	.401*	.553**	1	.514**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.077	.028	.002		.004	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
IB5	Pearson Correlation	.411*	.504**	.620**	.514**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.024	.005	<.001	.004		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
IB	Pearson Correlation	.726**	.796**	.811**	.727**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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 :

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 Gaya Hidup Berbelanja

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	5

Variabel *Flash Sale*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	5

Variabel *Impulse Buying*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

LAMPIRAN 6 TABULASI DATA FINAL

Hasil Kuesioner Variabel Gaya Hidup Berbelanja, *Flash Sale*, dan *Impulse Buying*

Responden	Gaya Hidup Berbelanja						<i>Flash Sale</i>						<i>Impulse Buying</i>					
	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total	1	2	3	4	5	Total
1	4	3	4	4	5	20	3	3	4	4	5	19	4	5	4	5	5	23
2	5	3	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22	4	4	3	5	5	21
3	4	3	3	4	4	18	4	4	3	5	5	21	5	5	4	4	5	23
4	3	3	4	4	3	17	4	5	5	3	4	21	4	5	5	3	3	20
5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
6	2	2	2	3	4	13	4	4	3	3	2	16	3	4	4	3	3	17
7	4	3	3	5	5	20	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	4	23
8	3	3	4	4	5	19	4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	3	20
9	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	3	3	3	17
10	3	4	3	3	4	17	4	4	3	3	3	17	4	4	3	4	3	18
11	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	22
12	4	4	5	3	3	19	4	4	5	5	3	21	3	4	3	4	4	18
13	3	3	5	4	5	20	3	4	4	3	3	17	5	5	4	4	3	21
14	4	4	3	3	4	18	3	5	5	4	4	21	3	3	4	4	4	18
15	2	3	2	4	3	14	3	4	4	3	3	17	5	5	4	4	3	21
16	4	4	5	4	3	20	4	3	3	4	5	19	4	4	3	2	2	15
17	3	2	3	2	2	12	2	2	3	3	4	14	2	4	3	2	2	13
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
19	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	4	4	5	5	4	22
20	3	4	5	5	3	20	4	5	3	4	4	20	5	5	4	3	3	20
21	4	4	4	3	3	18	5	4	4	3	3	19	4	4	5	5	4	22
22	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	3	17	4	3	4	3	3	17
23	2	2	3	3	3	13	3	2	2	3	4	14	3	3	3	2	2	13



© 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

24	4	3	4	4	3	18	3	5	5	4	4	21	3	3	4	4	3	17
25	4	4	3	3	2	16	4	4	4	3	3	18	3	3	5	5	4	20
26	3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	4	17	4	4	3	3	4	18
27	4	4	4	5	5	22	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	5	22
28	4	3	3	4	4	18	3	4	5	5	5	22	5	5	3	3	3	19
29	4	4	3	3	4	18	3	4	4	3	4	18	4	4	5	5	5	23
30	2	3	3	5	5	18	4	3	3	4	5	19	4	4	3	3	4	18
31	2	4	4	3	3	16	4	3	4	4	5	20	4	4	3	3	2	16
32	3	3	4	5	4	19	4	4	4	5	5	22	4	4	3	3	3	17
33	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23
34	3	3	4	4	3	17	3	3	3	4	4	17	3	3	4	4	4	18
35	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23
36	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
37	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	3	21	4	4	5	5	4	22
38	3	4	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18
39	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	3	17
40	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22
41	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23
42	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18	3	4	4	3	3	17
43	4	4	5	5	4	22	5	5	4	4	3	21	4	4	5	4	5	22
44	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	5	22
45	4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	3	17
46	5	5	5	4	4	23	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	24
47	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	17	3	3	4	4	3	17
48	4	4	4	3	3	18	3	4	3	3	3	16	4	3	2	3	2	14
49	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	5	23	3	5	5	4	2	19
50	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	4	23	4	5	3	4	5	21
51	4	4	4	5	4	21	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	4	21
52	3	3	4	3	4	17	4	4	5	3	4	20	4	4	3	5	3	19
53	4	3	4	5	4	20	5	4	4	3	5	21	5	4	5	4	5	23
54	5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	5	22	3	4	4	5	3	19
55	4	5	4	2	2	17	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	5	24
56	5	4	4	5	5	23	4	5	4	4	5	22	5	5	4	5	4	23
57	3	4	4	3	3	17	4	4	3	5	5	21	3	4	3	4	3	17
58	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	3	5	4	5	3	20
59	4	3	5	3	4	19	2	3	5	3	5	18	3	3	5	3	3	17
60	5	4	4	5	3	21	4	4	5	4	3	20	5	5	4	3	5	22
61	3	3	5	4	4	19	2	3	4	4	5	18	4	5	3	3	5	20
62	4	4	5	5	5	23	4	5	5	3	4	21	4	3	4	4	4	19
63	3	4	5	4	4	20	4	4	5	5	4	22	4	4	5	5	4	22
64	3	4	5	4	4	20	4	5	4	4	5	22	4	4	3	4	5	20



© 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

65	4	4	4	3	4	19	5	4	4	5	5	23	2	2	1	3	3	11
66	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23
67	4	5	3	3	4	19	3	3	4	3	4	17	4	5	3	3	3	18
68	4	3	5	4	5	21	5	4	3	4	4	20	5	4	4	4	4	21
69	5	4	3	5	3	20	5	4	5	3	3	20	5	3	5	4	3	20
70	5	4	4	3	4	20	5	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	22
71	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23
72	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	4	22	4	5	5	4	4	22
73	3	5	5	3	2	18	5	5	4	4	4	22	3	3	3	3	3	15
74	3	3	4	3	4	17	2	3	4	4	4	17	5	5	4	4	4	22
75	3	4	5	4	4	20	4	5	3	4	4	20	5	4	5	5	4	23
76	4	3	5	4	3	19	4	4	3	5	5	21	2	3	2	4	5	16
77	4	3	4	5	4	20	5	4	4	5	5	23	4	5	3	4	4	20
78	4	5	5	4	5	23	4	4	5	4	5	22	4	3	5	5	4	21
79	2	4	5	4	2	17	2	4	5	4	5	20	2	3	4	5	5	19
80	3	4	4	5	5	21	4	4	3	4	5	20	5	4	4	5	4	22
81	4	5	3	4	4	20	3	4	5	5	4	21	4	3	4	4	5	20
82	4	3	4	4	5	20	4	4	4	5	4	21	4	4	3	4	4	19
83	4	5	5	4	4	22	5	5	3	4	3	20	4	3	4	4	2	17
84	3	4	4	5	5	21	4	4	5	5	4	22	3	5	4	3	3	18
85	2	3	4	4	3	16	5	4	3	5	5	22	4	4	4	5	4	21
86	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	4	23	4	5	3	4	3	19
87	4	5	4	5	5	23	4	5	3	3	3	18	5	4	5	4	4	22
88	4	5	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	2	19
89	4	4	5	4	4	21	5	5	3	4	5	22	3	3	4	5	4	19
90	3	5	5	3	3	19	4	5	3	4	5	21	4	3	4	3	3	17
91	4	3	3	4	4	18	3	4	4	5	4	20	4	5	4	5	3	21
92	4	4	5	3	3	19	3	4	5	5	4	21	3	5	5	4	5	22
93	2	3	4	4	3	16	4	5	4	4	3	20	4	4	3	4	4	19
94	4	5	5	3	4	21	2	3	3	4	4	16	4	4	3	5	4	20
95	3	3	4	4	3	17	5	5	4	4	3	21	5	3	5	5	3	21
96	4	4	4	5	3	20	4	5	4	3	3	19	3	4	4	4	3	18
97	4	3	5	3	4	19	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	4	23
98	3	4	4	4	5	20	5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	3	20
99	3	2	4	3	3	15	3	2	4	4	3	16	3	3	5	4	3	18
100	3	3	3	4	4	17	2	3	4	4	3	16	4	4	3	3	2	16



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 7 HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27264597
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.052
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.096
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.099
	99% Confidence Interval	Lower Bound .091
		Upper Bound .107

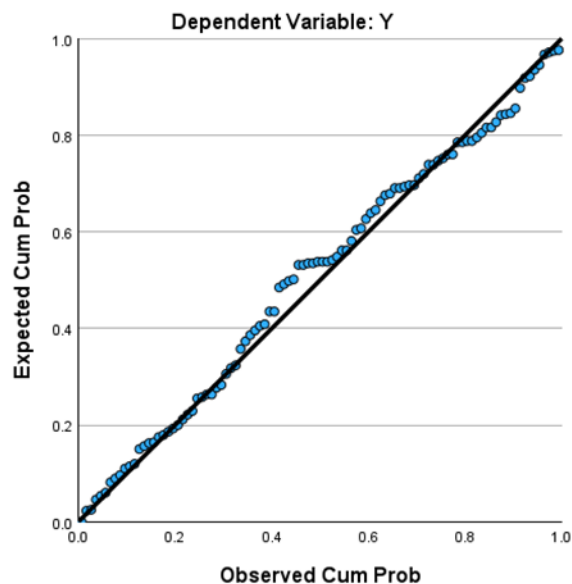
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

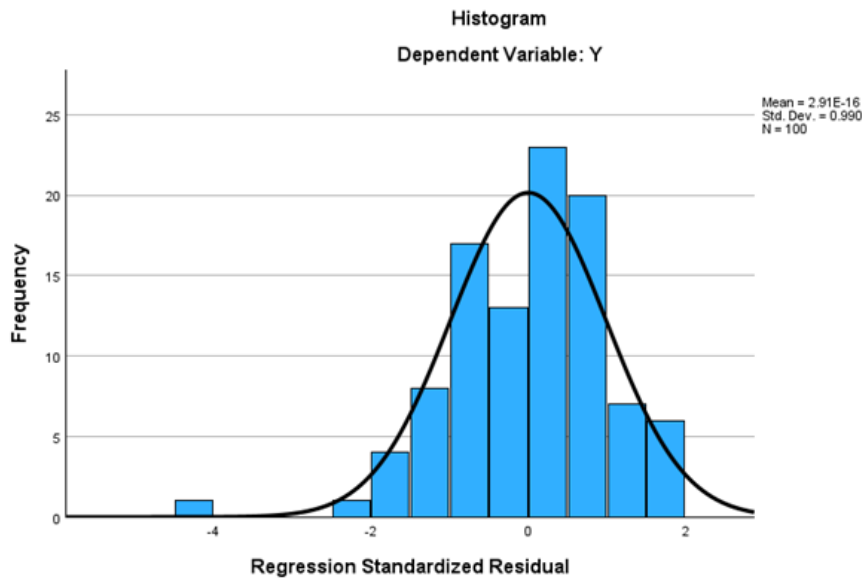
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



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



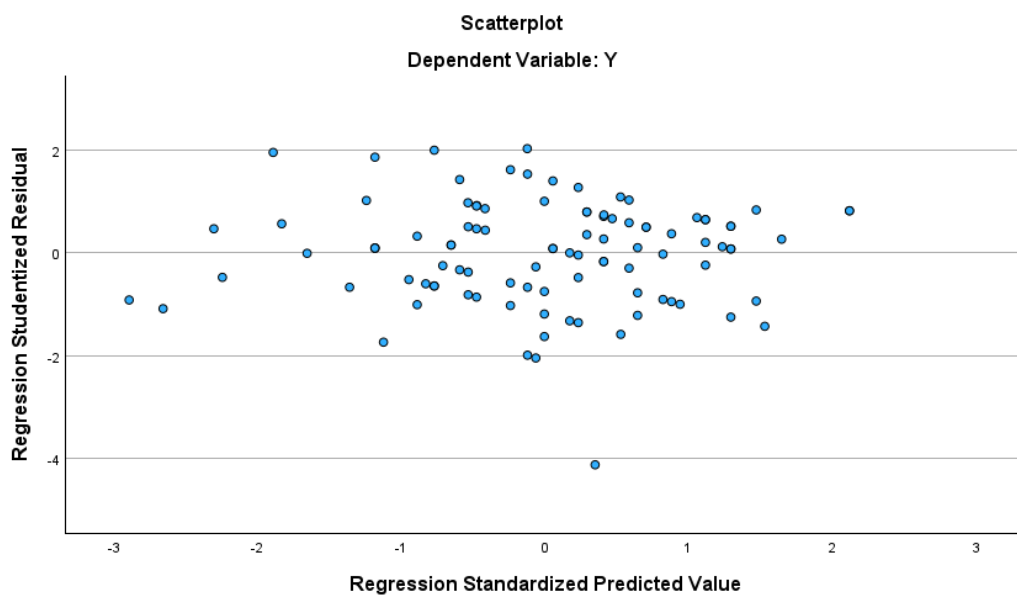
Hasil Uji Multikolinerlitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.340	1.946		3.258	.002		
	X1	.385	.119	.371	3.248	.002	.521	1.921
	X2	.288	.126	.261	2.280	.025	.521	1.921

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Heteroskedastisitas





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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.156	1.196		1.802	.075
	X1	-.108	.073	-.206	-1.480	.142
	X2	.084	.078	.150	1.081	.282

a. Dependent Variable: ABSRES

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.340	1.946		3.258	.002		
	X1	.385	.119	.371	3.248	.002	.521	1.921
	X2	.288	.126	.261	2.280	.025	.521	1.921

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	263.263	2	131.631	24.971	<.001 ^b
	Residual	511.327	97	5.271		
	Total	774.590	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.149 ^a	.022	.002	1.41145

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: ABSRES



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

1. Nama Mahasiswa : Zalfa Fadya
2. NIM : 2104421086
3. Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan *Flash Sale*
Terhadap *Impulse Buying* Pengguna *Spaylater*
Pada Generasi Z Di DKI Jakarta
5. Dosen Pembimbing : Heri Abrianto, S.E., M.M.

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1.	07/03/2025	REVISI BAB 1	
2.	11/03/2025	REVISI BAB 1	
3.	17/03/2025	REVISI BAB 1	
4.	19/03/2025	REVISI BAB 1	
5.	14/04/2025	REVISI BAB 2	
6.	16/04/2025	REVISI BAB 2	
7.	21/04/2025	REVISI BAB 3	
8.	22/04/2025	REVISI BAB 3	
9.	23/04/2025	ACC BAB 1 - 3	
10.	30/06/2025	REVISI BAB 4 DAN 5	
11.	01/07/2025	REVISI BAB 4 DAN 5	
12.	02/07/2025	ACC BAB 4 DAN 5	

Menyetujui,
KPS D4 Keuangan dan Perbankan
Depok, 02 Juli 2025

Heri Abrianto, S.E., M.M.
NIP. 196510051997021001

- 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