

PENGARUH RELIGIOSITAS, PRINSIP KONSUMSI, DAN GAYA HIDUP ISLAMI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Selvi Rahmani

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia
Email: 5554190009@untirta.ac.id

Moh Mukhsin

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia
Email: moh.mukhsin@untirta.ac.id

Muhamad Fakhruddin

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia
Email: muhamadfakhruddin@untirta.ac.id

Abstrak

Shopee paylater saat ini menjadi salah satu layanan paylater yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Shopee paylater memiliki daya tarik sendiri karena mempunyai metode pembayaran bayar nanti atau cicilan dengan bunga yang rendah. Pada penelitian ini hanya memfokuskan responden yang menggunakan metode pembayaran di bulan depan atau bayar nanti dan tidak pernah telat membayar tagihan shopee paylater agar terhindar dari riba dan ketentuan dalam agama islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 70, dengan kriteria mahasiswa jurusan ekonomi Syariah yang menggunakan shopee paylater. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner secara online dan mengukur tanggapan dengan skala likert. Memanfaatkan prosedur analisis data termasuk uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini pada variabel religiositas dan prinsip konsumsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara gaya hidup Islami tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi pada uji simultan religiositas, prinsip konsumsi dan gaya hidup islami bersamaan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci : Religiositas, Prinsip Konsumsi, Gaya Hidup Islami, *Keputusan Pembelian, Shopee Paylater*

Abstract

Shopee paylater is currently one of the paylater services that is most in demand by the people of Indonesia. shopee paylater has its own charm because it has a pay later or installment payment method with low interest. This study only focuses on respondents who use the payment method in the next month or pay later and are never late paying shopee paylater bills to avoid usury and provisions in the Islamic religion. The number of samples used in this study was 70, with the criteria of students majoring in Sharia economics using Shopee paylater. Data is collected by spreading questionnaires online and measuring responses on a likert scale. Utilizing data analysis procedures including validity test, reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis, and hypothesis test. The results of this study on the religiosity and the principle of each partial consumption significantly affect the buying decision, while the Islamic lifestyle does not significantly affect the buying decision, but on simultaneous trials of religiosity, the principle of consumption and Islamic lifestyle simultaneously affects the buying decision.

Keywords: *Religiosity, Consumption Principles, Islamic Lifesryle, Purchasing Decisions, Shopee Paylater*

1. PENDAHULUAN

Bisnis *online* adalah metode transaksi perdagangan yang terjadi melalui media elektronik dan tidak memerlukan vendor dan pembeli untuk bertemu secara langsung. Jika ingin membeli sesuatu maka bisa membayarnya secara *online*. Biasanya, penjual telah menjelaskan produk dan harga produk yang akan di jual, sehingga pembeli dapat memahami karakteristik, bentuk, dan ukuran barang yang ingin dia beli. Tergantung pada kesepakatan antara penjual dan pembeli, penjual biasanya menggunakan metode pembayaran melalui *virtual banking* maupun bayar ditempat.

Saat ini, strategi pemasaran yang melibatkan pembayaran tanpa uang tunai menjadi populer di kalangan konsumen. Metode pembayaran *cashless* dihadirkan sebagai pembayaran yang dilakukan pada bulan berikutnya, oleh karena itu bisa juga disebut sebagai *paylater*. Beberapa program *e-commerce*, seperti Shopee, menawarkan pembayaran tanpa uang tunai melalui fungsi *paylater* di Indonesia. Dengan *tagline* “beli sekarang, bayar nanti”

Shopee Paylater menyediakan produk pinjaman dengan pinjaman cepat mulai dari Rp 750.000 tanpa pembelian minimum, pinjaman yang disediakan dapat membeli barang di Shopee selain voucher digital dengan tempo 30 hari. Pembayaran di bulan depan tidak terkena bunga sedangkan cicilan memiliki besaran bunga *shopee paylater* sebesar 2,95% setiap transaksi nya dengan fasilitas cicilan 3,6, dan 12 bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Keduanya dikenakan biaya penanganan sebesar 1% setiap transaksi saat menggunakan metode pembayaran *shopee paylater*. Tawaran metode pembayaran yang bisa dibayar dibulan depan maupun cicilan dengan suku bunga yang rendah membuat *shopee paylater* menjadi pilihan menarik bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan dasar mereka dalam keadaan mendesak. (Sonnica, 2017)

Gaya hidup berbelanja mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang tentang bagaimana cara menghabiskan waktu dan uang. Dalam arti ekonomi, gaya hidup menunjukkan cara yang dipilih oleh seseorang untuk mengalokasikan pendapatan, baik dari segi alokasi dana untuk berbagai produk dan layanan, serta alternatif-alternatif tertentu dalam pembedaan kategori produk serupa (Anggreani & Suciarto, 2020)

Keputusan dalam menggunakan metode pembayaran *shopee paylater* di pengaruhi oleh beberapa faktor, menurut Kotler dalam (Santoso & Purwanti, 2013). Faktor budaya (kebangsaan, agama, kelompok ras, wilayah geografis), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan posisi), faktor pribadi (usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan harga diri), dan faktor psikologis (Motivasi, Persepsi Belajar, Keyakinan dan Sikap).

Fungsi konsumsi pada hakekatnya merupakan pembatas dalam hal boleh atau tidaknya dalam teori ekonomi Islam, karena untuk penggunaan barang atau jasa. Setiap muslim diharapkan tidak menggunakannya secara boros, angkuh, atau sombong dan mengutamakan kepentingan sendiri. Karena, menurut ekonomi Islam, tingkat kepuasan konsumsi seseorang harus didasarkan pada kebutuhan dan masalah, bukan keinginan untuk membeli suatu barang dengan tingkat kepuasan tertinggi. (Liling, 2019).

Karena konsumsi berlebihan disebutkan sebagai budaya boros dan mubazir terdapat dalam Al-Qur'an seperti firman Allah dalam QS. Al-isra ayat 26 yang berbunyi:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (QS. Al-isra: 26)

Dalam Islam, agama dijadikan sebagai salah satu religiositas dalam pertumbuhan dan perkembangan seseorang. Prinsip konsumsi dan gaya hidup yang berlebihan mengatakan bahwa segala sesuatu itu baik jika sesuai dengan kesenangan yang diperoleh. Individu yang religius selalu berusaha berbuat baik, tidak hanya untuk diri mereka sendiri melainkan untuk orang lain juga. (Miatun & Santoso, 2020)

Religiositas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya (Munandar & Sari, 2019). Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, serta sikap-sikap terhadap manusia (Zakiah, 2022). Gaya hidup yang dianjurkan oleh Rasulullah adalah gaya hidup yang bersahaja dan sederhana. Sederhana dalam bersikap, berpakaian, dan tidak berlebihan dalam membeli suatu produk serta jangan lupa untuk menyisihkan sebagian harta yang dimiliki kepada yang kurang mampu (Fadilla, 2017).

Menurut (Khairunnisa et al., 2022), Legislasi sistem *paylater* dari sudut pandang ekonomi Islam, tergantung pada penerapannya, apakah itu membahayakan atau tidak. Sistem *paylater* dilarang oleh Allah swt jika termasuk komponen seperti riba, dan gharar. Meskipun demikian, jika sistem *paylater* menguntungkan dan terikat dengan ekonomi Islam, tanpa fitur negatif seperti riba, aturan ini diperbolehkan.

Keputusan pembelian konsumen pada suatu produk dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, salah satunya dengan diperkenalkannya fitur terbaru shopee yaitu *shopee paylater*. Selain gaya hidup dan religiositas, salah satu ciri yang paling esensial dari seseorang yang beragama Islam adalah prinsip konsumsi Islami, karena semua jual beli harus sesuai dengan syariat Islam, sehingga sangat penting dalam keputusan pembelian suatu produk.

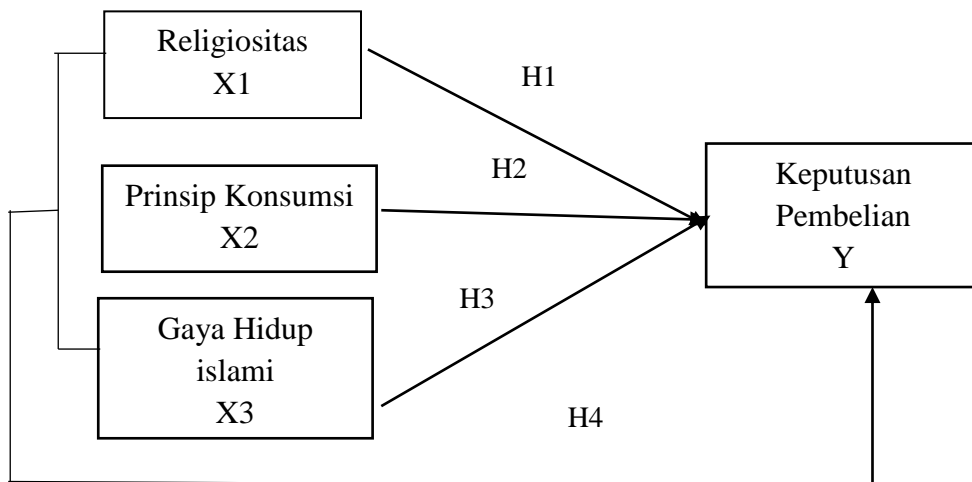
Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, (2021) menunjukkan label halal dan religiositas berpengaruh secara positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli produk indomie di Sidoarjo. Selain itu terkait prinsip konsumsi yaitu pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumsi Islam masyarakat Surabaya pada masa pandemi covid 19 oleh (Puspitasari & Indrarini, 2021) menunjukkan penggunaan *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi Islam. Terkait gaya hidup yaitu pengaruh kepercayaan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman *online shopee paylater* oleh (Waroka & Fadila, 2022) menunjukkan kepercayaan dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Islam berusaha melindungi umat manusia setiap saat, memastikan bahwa hukum jual beli dalam Islam sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam, mencegah mereka jatuh ke dalam perangkap keserakahan dan kezaliman yang berlebihan. Banyaknya risiko dari keunggulan *shopee paylater* dan kurangnya pemahaman terkait *shopee paylater*. Selanjutnya dari sudut pandang ekonomi Islam, permasalahan ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan dianalisis lebih lanjut untuk memahami bagaimana cara menggunakan *Shopee Paylater* dari sudut pandang ekonomi Islam.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel yang dibutuhkan yaitu mahasiswa jurusan ekonomi syariah yang pernah atau sedang menggunakan *shopee paylater* dengan membayar di bulan depan dan tidak pernah mengalami keterlambatan tagihan. Metodologi *sampling* menggunakan pengambilan sampel *non probability* dengan metode pengambilan *purposive sampling*, yang artinya teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dalam populasi itu tetapi dengan kriteria tertentu. Dengan menggunakan 70 responden, teknik hitungan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Data penelitian ini dikumpulkan oleh kuesioner dan dianalisis menggunakan skala *likert*. Cara pengukurannya dengan memberikan kuesioner yang berisi beberapa pernyataan dan responden diminta untuk memberikan jawaban dari kelima pilihan jawaban, kelima pilihan jawaban tersebut memiliki nilai berbeda yang menunjukkan bagaimana kecocokan responden terhadap pernyataan yang diajukan.

Variabel independen pada penelitian ini terdapat tiga variabel. Pertama, variabel religiositas dengan indikator pengetahuan, ideologi, praktik publik, praktik pribadi, dan pengalaman Huber dalam (Sunanda, 2020). Kedua, variabel prinsip konsumsi dengan indikator prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, prinsip moralitas Abdul Mannan dalam (Zakiah, 2022). Ketiga variabel gaya hidup islami dengan indikator kegiatan, minat, opini Mandey dalam (David Muhammad et al., 2020). Pada penelitian ini terdapat satu variabel dependen yakni variabel keputusan pembelian dengan indikator pilihan produk, pilihan merek, pilihan tempat penyalur, jumlah pembelian atau kuantitas, metode pembayaran, waktu pembelian Kotler & Keller dalam (Darmansah & Yosepha, 2020). Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Diduga religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*
- H2: Diduga prinsip konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*

H3: Diduga gaya hidup islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*

H4: Diduga religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*

Menggunakan analisis pendekatan untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas adalah bagian dari uji asumsi tradisional. Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan pengaruh dari dua atau lebih variabel. Uji t, uji f, dan koefisien determinasi digunakan untuk menguji hipotesis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 16–18 Februari 2023, cara mendapatkan responden dengan menghubungi secara pribadi melalui WhatsApp dan Instagram. Selain itu peneliti membuat beberapa pernyataan terkait variabel religiositas, prinsip konsumsi, gaya hidup islami dan keputusan pembelian pada penggunaan *shopee paylater* di google form untuk diisi oleh responden. Data diolah menggunakan Microsoft Excel dan SPSS Statistics 23. Penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk menguji asumsi klasik, dan hasilnya mengungkapkan bahwa memenuhi syarat uji asumsi klasik. Menurut uji validitas dan reliabilitas, semua variabel dinyatakan valid dan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda menguji hubungan antara variabel independen dan dependen. Berikut ini adalah hasil dari menggunakan SPSS untuk mengetahui analisis regresi berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,926 + 0,373 X_1 + 0,467 X_2 + 0,087 X_3 + e$$

Persamaan regresi berganda di atas menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Secara parsial, dari persamaan mengarah pada kesimpulan bahwa:

1. Nilai konstanta $\alpha = 2,926$ menandakan bahwa tidak ada perubahan variabel religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami maka keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa ada sebesar 2,926 satuan.
2. Nilai koefisien regresi religiositas adalah 0,373, yang berarti apabila variabel religiositas (X_1) meningkat sebesar 1% sedangkan variabel keputusan pembelian (Y) dan konstanta (α) adalah 0 (nol) maka keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* akan meningkat sebesar 37,3% pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan sebaliknya apabila religiositas diturunkan 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 37,3% dengan asumsi variabel lainnya tetap ada.
3. Nilai koefisien regresi prinsip konsumsi islami adalah 0,467, yang berarti apabila variabel prinsip konsumsi islami (X_2) meningkat sebesar 1% sedangkan variabel keputusan pembelian (Y) dan konstanta (α) adalah 0 (nol) maka keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* akan meningkat sebesar 46,7% pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan

sebaliknya apabila prinsip konsumsi islami diturunkan 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 46,7% dengan asumsi variabel lainnya tetap ada.

4. Nilai koefisien regresi gaya hidup islami adalah 0,087, yang berarti apabila variabel gaya hidup islami (X3) meningkat sebesar 1% sedangkan variabel keputusan pembelian (Y) dan konstanta (α) adalah 0 (nol) maka keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* akan meningkat sebesar 8,7% pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan sebaliknya apabila gaya hidup islami diturunkan 1% maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 8,7% dengan asumsi variabel lainnya tetap ada.

Uji T

Uji parsial digunakan untuk mengetahui secara hubungan masing – masing variabel religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian secara parsial. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dalam penelitian dengan kolom signifikansi untuk menentukan apakah variabel memberikan hubungan yang signifikan atau tidak. Jika jumlah t hitung lebih besar dari tabel, H0 ditolak dan H1 diterima, menunjukkan bahwa itu berpengaruh. Sementara jumlah t hitung kurang dari t tabel, H0 diterima dan H1 ditolak, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh. Hal ini juga dinyatakan berpengaruh jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Berikut hasil uji t pada penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.926	1.633		1.791	.078		
TotalX1	.373	.122	.356	3.051	.003	.475	2.105
TotalX2	.467	.127	.430	3.665	.000	.470	2.129
TotalX3	.087	.194	.054	.446	.657	.436	2.294

Sumber: Hasil olah data SPSS versi 23, 2023

Berdasarkan output SPSS versi 23 diatas, hasil coefficients pada uji t dapat diketahui dengan membandingkan t hitung dengan t tabel sebesar 1,668 yang diperoleh dari tabel t dengan t ($\alpha/2$; $n - k - 1$) = (0,1/2; 70 - 3 - 1) = (0,05; 66). Berikut pembahasan uji parsial t antara religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

1. Variabel religiositas (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berarti t hitung bernilai 3,051 dan nilai sig adalah 0,003 menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (3,051 > 1,668) dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (0,003 < 0,05), membuktikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Yang berarti religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.
2. Variabel prinsip konsumsi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berarti t hitung bernilai 3,665 dan nilai sig 0,000 menunjukkan bahwa t hitung > t tabel (3,665 > 1,668) dan nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 (0,000 < 0,05), membuktikan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima. Yang berarti prinsip konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

3. Variabel gaya hidup islami (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) yang berarti t hitung bernilai 0,446 dan nilai sig 0,657 menunjukkan bahwa t hitung $<$ t tabel ($0,446 < 1,668$) dan nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($0,657 > 0,05$), membuktikan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak. Yang berarti gaya hidup islami tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

Uji F

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan bila digunakan bersama. Jika hasil uji menunjukkan tingkat signifikansi $<$ 0,05, ditemukan bahwa variabel independen dipengaruhi oleh variabel dependen secara simultan. Adapun hasil uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	417.318	3	139.106	29.445	0.000
Residual	311.801	66	4.724		
Total	729.119	69			

Sumber : Data primer diolah SPSS versi 23, 2023

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 29,445 dan f_{tabel} pada penelitian ini sebesar 2,74, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($29,445 > 2,74$) dan nilai probabilitas (Sig) pada tabel di atas sebesar 0,000 sehingga nilai Sig $<$ 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya menunjukkan bahwa religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

Koefisien Determinasi

Uji ini menentukan berapa banyak pengaruh variabel independen terhadap variabel tergantung dengan memeriksa nilai Adjust R Square yang disesuaikan. Temuan uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.572	.553	2.17354

Sumber : Data primer diolah SPSS versi 23, 2023

Berdasarkan tabel 3, diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,553. Dari nilai tersebut dapat dilihat bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh religiositas (X1), prinsip konsumsi (X2), dan gaya hidup islami (X3) sebesar 55,3% sedangkan sisanya 44,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak diteliti.

Pengaruh Religiositas Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel religiositas (X1) ada pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Membuktikan bahwa nilai koefisien regresi religiositas (X1) sebesar 0,373 tanpa mempengaruhi faktor lain. Selain itu juga menunjukkan bahwa hasil hipotesis dimana t hiung lebih besar dengan t tabel dengan ($3,051 > 1,668$) dan taraf signifikan $0,003 < 0,05$. Sebagai hasil dari hipotesis yang diajukan diterima, ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel religiositas terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Penelitian studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Wulandari, 2021) menunjukkan religiositas berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada penelitian (Juliana et al., 2022) menyatakan religiositas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan juga penelitian (Fatmasari Sukesti & Mamdukh Budiman, 2014) bahwa religiositas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut (Rizdanti & Akbar, 2022) religiositas adalah internalisasi nilai-nilai agama dalam diri seseorang. Internalisasi memiliki keterkaitan dengan kepercayaan terhadap nilai-nilai ajaran agama dengan perwujudan dalam bentuk keyakinan dalam hati maupun dalam bentuk ucapan dan perbuatan.

Religiositas memiliki peran penting dalam setiap individu untuk memutuskan apa yang akan dipilih. Setiap individu memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan seperti halnya dalam berbelanja online. Dalam berbelanja online, untuk mengambil keputusan membeli atau harus menggunakan religiositas sebagai dasar atau patikan agar sejalan dengan ajaran agama. Religiositas berkaitan dengan penerapan etika seseorang karena jika semakin tingkat religiosita seseorang sehingga dia akan takut dengan tuhan maka semakin tinggi pula kesadaran seseorang untuk memperbaiki etika yang dimiliki

Pengaruh Prinsip Konsumsi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel prinsip konsumsi (X2) ada pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Membuktikan bahwa nilai koefisien regresi prinsip konsumsi (X2) sebesar 0,467 tanpa mempengaruhi faktor lain. Selain itu juga terbukti bahwa dari hasil hipotesis dimana t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($3,665 > 1,668$) dan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Sebagai hasil dari hipotesis yang diajukan diterima, memiliki pengaruh positif dan signifikan antara variabel prinsip konsumsi terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penelitian selaras dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh (Puspitasari & Indrarini, 2021) menunjukkan bahwa prinsip konsumsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada penelitian (Syarif et al., 2022) menyatakan prinsip konsumsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan juga penelitian (Elvira, 2016) bahwa prinsip konsumsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Islam berpandangan bahwa hal terpenting yang harus dicapai dalam aktifitas konsumsi adalah masalah. Segala bentuk keadaan, baik material maupun non material yang mampu meningkatkan kedudukan memiliki dua kandungan yaitu manfaat dan berkah, masalah hanya bisa didapatkan oleh konsumen saat mengkonsumsi barang yang halal (Salwa, 2019). Menurut yuniarti dalam (Putra, Deni et al., 2019) konsumsi yang berlebih-lebihan tidak diperbolehkan dalam islam dan disebut dengan israf (pemborosan) atau tabzir (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Tabzir berarti mempergunakan harta dalam cara yang salah yaitu menuju tujuan terlarang seperti penyuaipan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebihan-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal. Ajaran islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang.

Pengaruh Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel gaya hidup islami (X3) tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas

Sultan Ageng Tirtayasa. Membuktikan bahwa koefisien regresi gaya hidup islami (X3) sebesar 0,867 mempengaruhi faktor lain. Selain itu juga terbukti bahwa dari hasil hipotesis dimana t hitung ($0,446 < 1,668$) dan taraf signifikan lebih besar dari nilai probabilitas $0,657 > 0,05$. Sebagai hasil dari hipotesis yang diajukan ditolak, tidak berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan antara variabel gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Trang et al., 2017) yang menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada penelitian (Badjamal, 2021) yang menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan juga penelitian (Wolff et al., 2021) berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini bahwa gaya hidup islami belum sepenuhnya diterapkan oleh mahasiswa jurusan ekonomi syariah karena tinggi atau rendahnya gaya hidup islami tidak memperkuat dalam keputusan pembelian menggunakan shopee paylater. Hal ini yang menjadi peringatan bagi konsumen muslim dalam menentukan barang atau produk yang akan dikonsumsi. Untuk menerapkan gaya hidup islami diperlukan adanya suatu tatanan sistem yang mendukung penerapan aturan dan ketentuan dalam menerapkan pola dan gaya hidup, khususnya dalam berkonsumsi. (Rohim & Priyatno, 2021)

Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi, Gaya Hidup Islami Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 29,445 dengan nilai F tabel adalah 2,17. Membuktikan bahwa F hitung $>$ F tabel ($29,445 > 2,74$) dan nilai sig $<$ 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dalam penelitian ini, hipotesis H_0 ditolak dan H_4 diterima menunjukkan bahwa religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami signifikan secara bersamaan atau simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater. Membuktikan bahwa perilaku konsumen dalam keputusan pembelian menggunakan shopee paylater dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti alasan mengapa konsumen memilih untuk memanfaatkan shopee paylater. Menurut Kotler dalam (Santoso & Purwanti, 2013) ada 4 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi.

Pada hasil penelitian uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami membuktikan bahwa variabel keputusan pembelian sebesar 55,3% sisanya dijelaskan oleh variabel selain yang digunakan. Menurut penelitian oleh penulis bahwa variabel religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena shopee paylater mempunyai metode pembayaran yang bisa dilakukan pada bulan depan atau disebut dengan bayar nanti tanpa bunga, sangat membantu sekali bagi para konsumen yang ingin membeli produk saat keadaan mendesak namun sedang tidak ada uang. Selain penulis memilih responden adalah mahasiswa, maka sangat cocok jika variabel religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami dikaitkan dengan keputusan pembelian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*, dapat ditarik

kesimpulan bahwa variabel religiositas dan prinsip konsumsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat religiositas mampu dan efektif digunakan dalam mengambil keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* agar dapat menghindari hal-hal yang bertentangan dengan ajaran agama islam. Demikian pula dengan menerapkan prinsip konsumsi dan penggunaan harta yang secara wajar maupun berimbang sesuai dengan ajaran agama islam dalam melakukan keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*. Namun pada variabel gaya hidup islami tidak berpengaruh positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan adanya tinggi atau rendahnya gaya hidup islami mahasiswa tidak memperkuat dalam keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

Secara simultan religiositas, prinsip konsumsi, dan gaya hidup islami berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*. Sehingga para mahasiswa yang menggunakan *shopee paylater* untuk pembelian suatu produk harus tetap membayar di bulan depan atau bayar nanti dan tidak pernah telat membayar tagihan agar terhindar dari riba. Bagi peneliti berikutnya diharapkan memperluas penelitian variabel lainnya yang dapat mempengaruhi hubungan antara gaya hidup islami dengan keputusan pembelian. Sedangkan bagi pengguna *shopee paylater* khususnya mahasiswa jurusan ekonomi syariah diharapkan mampu menerapkan gaya hdiup islami dan senantiasa membeli produk *online* yang sesuai dengan ketentuan islam. Selain itu bagi peneliti selanjutnya disarankan menggunakan variabel lainnya yang mempengaruhi hubungan antara gaya hidup islami dengan keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

5. REFERENSI

- Afra Khairunnisa, S., Chairunisa Rahman, M., Apriyanti, C., Octaviani Putri, D., & Fajrussalam, H. (2022). Perilaku Konsumtif Penggunaan Online Shopping Dan Sistem Pay Later Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(1), 130–147.
- Anggreani, D. D. M., & Suciarto A., S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Perilaku Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif (Studi) Pada Toko Belanja Online Shopee. *Jemap*, 3(1), 36–51. <https://doi.org/10.24167/jemap.v3i1.2633>
- Badjamal, F. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.31970/trend.v7i2.175>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- David Muhammad, Armi Sumi, & Yusuf Wicaksono Arian. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kelas Sosial , Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Permata Insani. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KH.Ahmad Dahlan Lamongan*.
- Elvira, R. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim Tentang Masalah Terhadap Keputusan Konsumsi Terbatas Hanya Pada Komoditas Halal (Studi: Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Tahun 2015). *Penelitian Dan Pengabdian*

- Masyarakat*, 04(02), 177–187.
- Fadilla. (2017). Hubungan Antara Pendapatan dan Gaya Hidup Masyarakat Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmu Syariah*, 5(1), 39–50. <http://www.jurnalfai-uikabogor.org>
- Fatmasari Sukesti, & Mamdukh Budiman. (2014). the Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4(1), 2012–2015.
- Juliana, J., Wafa Rizaldi, M., Azizah Al-Adawiyah, R., & Marlina, R. (2022). Halal Awareness : Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Shopee dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderasi. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 169–180. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1423>
- Liling, A. (2019). Konsep Utility Dalam Prilaku Konsumsi Muslim. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 71–91. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1040>
- Miatun, S. L., & Santoso, L. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Muslim Di Ponorogo. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(2), 113–120. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i2.181>
- Munandar, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Pt. Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Pembantu Darussalam. *Al - Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 101–120. <https://doi.org/10.32505/muamalat.v4iii.1377>
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Putra, Deni, M., Putri, D., & Amelia, F. (2019). Prinsip konsumsi 4k +1m dalam perspektif isla. *Jurnal Ilmu Syariah Dan Perbankan Islam*, 4(1), 23–45. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Rizdanti, S., & Akbar, S. (2022). Hubungan Religiusitas Dengan Tingkat Stres Dalam Menyusun Skripsi Di Fakultas Kedokteran Universitas Islam Sumatera Utara The. V(II), 94–100.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>
- Salwa, D. K. (2019). Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Islam Dan Implementasinya. *Labatila : Ilmu Ekonomi Islam*, 3(1), 96–107. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/lab/article/view/232/204>
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2013). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. 6(12), 112–129.
- Sonniah. (2017). Tanggung jawab hukum pengguna paylater pada aplikasi shopee sebagai bagian dari financial technology jika melakukan wanprestasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 19, 45–59.
- Sunanda, W. D. (2020). Pengaruh kepemimpinan islam dan religiusitas terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja karyawan sebagai variabel intervening (Studi

- kasus pada waroeng spesial sambal). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(1), 20–36.
- Syarif, D., Agrisa, D. R., Fauzi, M., Mailindra, W. M., & Lardiman, H. (2022). Pengaruh Konsumsi Islami Keluarga Muslim Sejahtera Terhadap Perilaku Konsumsi Sederhana (Studi. *Ekonomika*, 13(02), 245–264.
- Trang, I., Lumanauw, B., & Dinggon, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorsment Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1370–1382.
- waroka, silvy, & fadila, arif. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 619–624.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Indomie Di Sidoarjo). *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(1), 31–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v4i1.754>
- Zakiah, S. (2022). Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 02(02), 180–194.