

The Influence of Shopee Paylater Features, Discount Vouchers, and Cashback on the Consumptive Behavior of Shopee User Students at Unisda Lamongan Batch 2020-2023, Nur Laili Fajriyah, Dr. Moh.Azus Shony Azar, Nasikan, 2024, Management Study Program, Faculty of Economics, Darul 'Ulum Lamongan Islamic University.

Abstract

This research aims to determine the influence of the Shopee Paylater feature, discount vouchers and cashback on the consumer behavior of Shopee user students at Unisda Lamongan class 2020-2023. This research is quantitative in nature with data collection methods carried out through distributing questionnaires online. The population of this research is students using Shopee at Unisda Lamongan class 2020-2023. The sample was determined using the purposive sampling method with the Slovin formula, so a sample of 98 respondents was obtained. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, this technique is processed with SPSS version 26.0 to analyze several hypotheses. The research results show that the shopee paylater variable (X1) partially influences consumer behavior (Y) with T test results of $3.782 > T$ table 1.985 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The discount voucher variable (X2) partially influences consumer behavior (Y) with T test results of $2.128 > T$ table 1.985 and a significance value of $0.036 < 0.05$. The cashback variable (X3) partially influences consumer behavior (Y) with a T test result of $5.025 > T$ table 1.985 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously shopee paylater, discount vouchers and cashback influence consumer behavior with the F test results namely $233.008 > F$ table 2.70 and a significance value of $0.000 < 0.05$. For the Adjusted R square test, the result was 0.878. It can be concluded that the shopee paylater, discount voucher and cashback variables influence the consumer behavior variable by 87,8% while the rest is influenced by variables that are not in this study.

Keywords: Shopee Paylater, Discount Vouchers, Cashback and Consumptive Behavior

Pengaruh *Fitur Shopee Paylater, Voucher Diskon, Dan Cashback Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee Di Unisda Lamongan Angkatan 2020-2023*, Nur Laili Fajriyah, Dr. Moh. Azus Shony Azar, Nasikan, 2024, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fitur shopee paylater, voucher diskon* dan *cashback* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopee di Unisda Lamongan angkatan 2020-2023. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Populasi penelitian ini yaitu para mahasiswa pengguna shopee yang ada di Unisda Lamongan angkatan 2020-2023, penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan rumus *Slovin* maka diperoleh sampel sebanyak 98 responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, teknik tersebut diolah dengan SPSS versi 26.0 untuk menganalisis beberapa hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *shopee paylater* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan hasil uji T $3,782 > T$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel *voucher diskon* (X2) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan hasil uji T $2,128 > T$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$. Variabel *cashback* (X3) secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan hasil uji T $5,025 > T$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan *shopee paylater, voucher diskon* dan *cashback* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan hasil uji F yaitu $233,008 > F$ tabel 2,70 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk uji Adjusted R square diperoleh hasil sebesar 0,878. Dapat disimpulkan bahwa variabel *shopee paylater, voucher diskon* dan *cashback* mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sebesar 87,8% sedangkan sisanya adalah dipengaruhi oleh variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Shopee Paylater, Voucher Diskon, Cashback* dan Perilaku Konsumtif