

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. *Theory of Planned Behavior*

*Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah evolusi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang diciptakan oleh Fishbein dan Icek Ajzen. Teori tindakan beralasan (TRA), juga dikenal sebagai teori tindakan beralasan, pertama kali disajikan pada tahun 1976 dan menjelaskan hubungan antara sikap dan tindakan manusia. Sikap dan norma subyektif menentukan bagaimana seseorang berkomitmen untuk bertindak, yang menentukan bagaimana mereka berperilaku.<sup>1</sup> Pada *theory of reasoned action* (TRA) sikap dan norma objektif telah cukup untuk membuktikan cara memprediksi tingkah laku. Namun, Ajzen mencoba menganalisis *theory of reasoned action* (TRA) yang hasilnya TRA belum seutuhnya dapat memprediksi tingkah laku berpengaruh terhadap kendali individu saja. Penelitian ini mengubah *Theory of Reflective Action* (TRA) menjadi *Theory of Planned Action* (TPB). Ajzen mengatakan kemampuan perilaku untuk mencapai tujuannya tidak hanya bergantung pada kehendak individu, tetapi juga pada peluang dan faktor yang mendukung perilaku.<sup>2</sup>

Teori perilaku terencana (TPB) menjelaskan bagaimana niat atau niat seseorang dapat terwujud dalam perilaku aktual mereka. Teori ini juga adalah bagaimana tekad atau niat seseorang untuk melakukan perilaku atau tingkah laku dalam suatu tindakan tertentu di masa datang.<sup>3</sup> Niat dapat diartikan sebagai faktor positif

---

<sup>1</sup> Mahyarni, "Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)," *Jurnal El-Royasah* 4, no. 1 (2013): 17.

<sup>2</sup> Yuli Yulfinarsyah, "Sikap, Norma Subyektif, Perceived Behavioral Control Dan Perceived Risk Pada Intensi Menggunakan Produk Energi (Studi Kasus Pada Kampanye Komunikasi Publik Konversi Minyak Tanah Ke LPG 3 Kg)," *Jurnal Ilmu Komunikasi XXVI*, no. 2 (2021): 135.

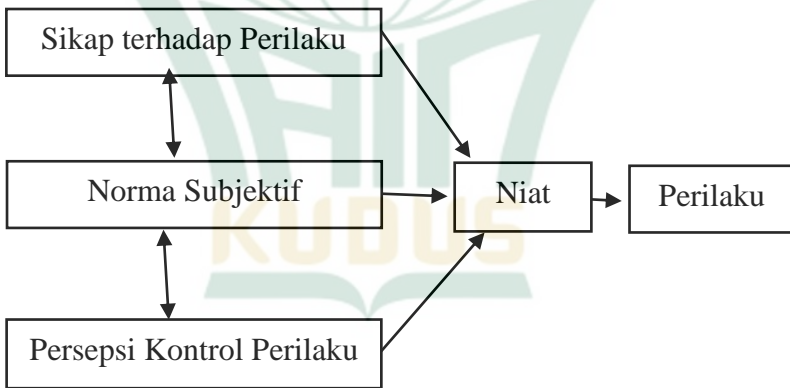
<sup>3</sup> Nonie Afrianty, *Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Intensi Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal ( Studi Pada Mahasiswi FEBI IAIN*

sebagai motivasi yang direspon dengan perilaku atau tindakan. Intensi atau niat itu tadi yang akan melahirkan terwujudnya perilaku seseorang.<sup>4</sup>

Pada dasarnya, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi intensi seseorang, yang nantinya akan terwujud menjadi perilaku nyata, yakni:

- a. *Attitude* atau sikap: mengacu pada bagaimana seseorang menilai sebuah perilaku
- b. *Subjective norm* atau norma subjektif : berupa sistem kepercayaan ataupun alasan yang mendasari seseorang untuk berperilaku. Faktor ini sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial yang dominan dalam masyarakat
- c. *Perceived behavioral control* atau persepsi kendali atas perilaku : mengacu pada persepsi seseorang terkait bisa atau tidaknya sebuah perilaku untuk dilakukan oleh dirinya.

**Gambar 2.1**  
*The Theory of Planned Behavior*



Bengkulu ) Nonie Afrianty , Aulia Raudhatul Jannah (Yogyakarta: Brimedia Global, 2021).

<sup>4</sup> Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, “Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi” *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no. 12 (2017):4046.

Penelitian ini mengkaji sikap pengguna terhadap gaya hidup, yang akhirnya dievaluasi apakah sesuai pengguna mempertimbangkan keputusan dalam menggunakan untuk kebutuhan atau keinginan memenuhi gaya hidup sementara. Selain itu, sikap yang diidentifikasi dalam penelitian ini juga mengkaji perilaku pengguna terhadap literasi keuangan syariah dan evaluasi untuk dapat bersikap taat atas perintah Allah, dengan sikap moderat dan bertanggung jawab atas keputusannya.

Niat dan perilaku dapat dipengaruhi oleh sikap, selain itu ada norma subjektif yang juga mengimplikasikan pengaruh sosial sebagai anggapan penting bagi pengguna terhadap orang lain. Peran dari orang lain itu dapat memberi tanggapan baik/ buruk atas perilaku yang dilakukan pengguna. Dalam penelitian ini, norma subjektifnya adalah orang yang *esensial* dan pengguna selektif ketika menggunakan *shopee pay later*. Pandangan yang positif akan diberikan dari orang *esensial* yang memiliki pengalaman yang baik dan pandangan negatif diperoleh dari orang *esensial* yang mempunyai pengalaman buruk terhadap penggunaan *Shopee Paylater*.

Faktor lain yang berpotensi mempengaruhi niat dan perilaku yang termasuk dalam teori perilaku terencana adalah persepsi terhadap konsep kontrol perilaku. Kontrol diri dan literasi keuangan syariah merupakan hal yang masuk persepsi konsep kontrol perilaku. Bagian utama dari persepsi kontrol perilaku bisa diperhatikan dari bagaimana seseorang dapat mengontrol atas kendali dalam dirinya terhadap perilaku yang bakal terjadi sehingga mampu menentukan seseorang tersebut untuk melakukan tanggapan baik yang mudah atau sulit saat mengambil suatu keputusan.

## 2. Faktor Sosial

### a. Definisi Faktor Sosial

Faktor sosial diartikan sebagai sekelompok orang yang pandangan kuat terhadap persamaan di dalam status dan dalam suatu komunitas terjadi integrasi sosial yang berkesinambungan antar

individu, baik formal maupun non formal.<sup>5</sup> Ia juga dikenal sebagai faktor sosial, sekelompok orang yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perilaku orang lain dengan bertindak sesuai dengan adat istiadat mereka.<sup>6</sup>

Faktor sosial memiliki satu hal yang memuat golongan sosial yakni aspek tunggal, serupa dengan penghasilan tapi seperti campuran dari profesi, pembelajaran, penghasilan, kekayaan serta yang lain. Dalam sebagian sistem sosial, bagian dari golongan yang berbeda menentukan peran khusus dan tidak dapat mempengaruhi posisi mereka.<sup>7</sup>

Ada dua bagian yang mesti diamati untuk mengetahui kelompok faktor sosial, sebagai berikut:

1) Kelompok Acuan (kelompok referensi)

Interaksi sosial merupakan hal yang penting, terlebih manusia yang sebagai makhluk sosial maka kelompok acuan cenderung dibutuhkan untuk melakukan suatu hal dalam kelompok atau yang berhubungan dengan orang lain. Kelompok acuan ialah seorang individu atau satu kelompok masyarakat yang diakui mempunyai relevansi signifikan terhadap seseorang dalam mengevaluasi, memberi aspirasi dalam perilakunya. Kelompok acuan memiliki pengaruh yang termasuk aspek pada proses pembelajaran lingkungan. Kelompok yang memiliki peran akan mempengaruhi seorang konsumen dalam proses pengambilan keputusan.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Hair Lamb dan McDaniel, "Pemasaran: Edisi Pertama" (Jakarta: Salemba Empat, 2001)

<sup>6</sup> Henni Noviasari dan Muhammad Aulia Ikran, "Pengaruh Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR Canon Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan* 111, no. 9, (2013): 255-256.

<sup>7</sup> Ujang Sumarwan, "Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran" (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004)

<sup>8</sup> Ristiyani Prasetyo dan John J.O.I Ihalauw, "Perilaku Konsumen" (Yogyakarta: Andi, 2005): 151-153.

Interaksi yang berulang dan lekat bisa menjadikan kelompok acuan pengaruh dalam perilaku konsumen untuk mengambil keputusan. Seorang individu bertindak sesuai dengan caranya sendiri dan lingkungan disekitarnya. Hal tersebut menjadi pandangan bahwa perilaku setiap orang bisa dipengaruhi dari lingkungan sekitar, salah satunya kelompok acuan. Sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 119:<sup>9</sup>

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَا تُسْئَلُ عَنْ أَصْحَابِ الْحَجِيمِ

Artinya: *“Sesungguhnya kami telah mengutus kepadamu (Muhammad) dengan kebenaran; sebagai pembawa berita kabar baik dan pemberi peringatan, dan kamu tidak akan diminta (pertanggung jawaban) tentang penghuni penghuni neraka”*

Dapat diketahui dari surat di atas bahwa sungguh Allah SWT mengutus Nabi Muhammad SAW dengan segala kebenaran, dan beliau diutus untuk memberitakan kabar baik dan memberikan nasihat kepada semua orang agar tidak menyusuri jalan yang jahat. Kelompok acuan dalam contoh ini memiliki dampak signifikan pada seluruh dunia, termasuk Nabi Muhammad SAW.

## 2) Keluarga

Dalam penjelasan Sumarwan, keluarga adalah suatu tempat yang dijadikan untuk tetap tinggal dan tempat untuk saling menyampaikan

---

9 Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 19, Al-Qur'an dan Terjemah Al-Quddus, (Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2018):18.

interaksi masing-masing anggota yang ada di dalamnya.<sup>10</sup>

Keputusan penggunaan Shopee *Paylater* dipengaruhi oleh hubungan dengan teman, kerabat atau keluarga dan orang tua. Apabila hubungan masing-masing teman, keluarga dan orang tua yang tinggi maka keputusan penggunaan Shopee Pay Later juga meningkat.<sup>11</sup>

### **b. Indikator Faktor Sosial**

Istilah "faktor sosial" mengacu pada sekelompok orang yang secara teratur berhubungan satu sama lain, baik formal maupun informal, dan memiliki kesetaraan yang besar dalam jaringan sosial dan persepsi mereka tentang masyarakat. Beberapa indikator faktor sosial, antara lain: keluarga, kelompok referensi serta peran sosial dan status yang mempengaruhi perilaku pengguna.

#### 1) Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari setidaknya dua orang seperti kepala rumah tangga dan orang yang memiliki hubungan darah, hubungan pernikahan atau adopsi. Kehadiran orang tua atau anggota keluarga saat memilih produk. Partisipasi anggota keluarga dalam pemilihan produk

#### 2) Kelompok Referensi

Kelompok Referensi ialah orang yang terlibat berjumlah satu orang atau lebih yang digunakan sebagai alasan acuan dalam membentuk respon yang melahirkan perilaku. Partisipasi teman dalam pemilihan produk

---

<sup>10</sup> Ainun Jariah, "Analisis Faktor-Faktor Pribadi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Lumajang," *Jurnal WIGA* 2, no. 2 (2012): 5.

<sup>11</sup> Amalina Hudani, "Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* 1, no. 2 (2010): 100.

### 3) Peran dan Status

Seseorang berpartisipasi ke dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya, keluarga, klub dan organisasi. Kedudukan orang itu di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menyandang status. Peran dan status seseorang pada umumnya mengikuti kehidupannya dalam berkelompok selama hidupnya, keluarga, klub dan organisasi.

## 3. Gaya Hidup (*Life Style*)

### a. Pengertian Gaya Hidup

Di era teknologi *online*, sebagian besar kalangan menjadikan gaya hidup sebagai prioritas yang utama, baik aspek pangan, busana, kesehatan dan kehidupan harian menjadi *tendensi* saat ini. Gaya hidup sendiri dijelaskan sebagai cara hidup yang tercermin dari bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (kegiatan), hal-hal yang tampaknya penting bagi mereka (daya tarik), dan pendapat mereka tentang diri mereka sendiri dan lingkungan disekitarnya.

Pengertian menurut Kotler (2005:210) Gaya hidup adalah gaya hidup di mana fokusnya adalah pada aktivitas, minat, dan pikiran seseorang tentang segala hal di sekelilingnya dan sejauh mana pedulinya dengan itu, serta pemikirannya tentang dirinya sendiri dan dunia luas.<sup>12</sup>

Selanjutnya menurut Sumarwan, 2015, menguraikan perilaku seseorang, yakni tentang bagaimana dia hidup, merealisasikan hartanya dan

---

<sup>12</sup> Dias Kanserina, "Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Peilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2015" *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 5, no. 1 (2015):98.

menggunakan waktu yang dimilikinya.<sup>13</sup> Kemudian menurut Setiadi mendeskripsikan Gaya hidup adalah istilah yang mengacu pada bagaimana seseorang mengelola keberadaan mereka, termasuk prioritas, minat, lingkungan, dan pemikiran mereka tentang diri mereka sendiri dan dunia luar.

Gaya hidup seseorang mencerminkan totalitas mereka dalam interaksi mereka dengan lingkungan mereka. Kelas sosial seseorang juga tercermin dalam gaya hidup mereka.<sup>14</sup> Namun, gaya hidup yang baik adalah gaya hidup yang tidak berlebihan, bukan gaya hidup yang hanya berfokus pada kenikmatan-kenikmatan pribadi saja. Dalam Al-Qur'an Allah SWT telah mengingatkan kita agar total berlebihan saat hidup di dunia, sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Q.S An-Naziat ayat 37-39:

فَأَمَّا مَنْ طَغَىٰ ﴿٣٧﴾ وَآثَرَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا ﴿٣٨﴾ فَإِنَّ الْجَحِيمَ هِيَ الْمَأْوَىٰ ﴿٣٩﴾

Artinya: *“Maka adapun orang yang melampaui batas, dan lebih mengutamakan kehidupan dunia, sesungguhnya neraka adalah tempat tinggalnya”*

Bagi mereka yang melebihi batas-batas dan lebih memilih gaya hidup yang menginginkan dunia, neraka adalah rumah.

#### **b. Indikator Gaya Hidup**

Indikator gaya hidup, terdiri dari tiga faktor seperti:

- 1) Kegiatan adalah bagaimana klien menggunakan waktu mereka. Bekerja, belajar, pergi berlibur, mengatur, dll.
- 2) Minat, juga dikenal sebagai hobi, adalah minat pelanggan pada hobi atau ketertarikan yang

<sup>13</sup> Ujang Sumarwan, “Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran: Edisi 2” (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015):45.

<sup>14</sup> Nugroho J. Setiadi, SE., “Perilaku Konsumen” (Jakarta: Pranada Media Group, 2003): 13.



mereka sukai. Seperti; pengaruh media sosial, fashion dan elektronik.

- 3) Pendapat adalah ekspresi pemahaman dengan menilai atau menafsirkan sesuatu dari sudut pandangnya. Contohnya: faktor lingkungan atau faktor lainnya<sup>15</sup>

Sedangkan Kotler dan Keller menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opini.

- 1) Aktivitas (*Activities*)

Aktivitas ini dapat berupa kerja, hobi, kegiatan sosial, hiburan, masyarakat, belanja dan olahraga. Aktivitas konsumen merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya. Adanya aktivitas pelanggan memudahkan perusahaan untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh target pasarnya. Hal ini membuat perusahaan mudah untuk menyusun strategi pemasaran.

- 2) Minat (*Interest*)

Minat merupakan faktor pribadi pelanggan dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Perusahaan dituntut untuk memahami minat dan hasrat para konsumennya.

- 3) Opini (*Opinion*)

Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau hukuman. Seperti konsumen memiliki pendapat bahwa Shopee *Paylater* apabila digunakan mampu memberi manfaat baginya sekarang ini.

---

<sup>15</sup> Nia Safitri Dewi dan Rokh Eddy Prabowo, "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik", *Jurnal Prosiding Sendi* (2018) ISBN: 978-979-3649-99-3: 711.

#### 4. Kontrol Diri (*Self Control*)

##### a. Pengertian Kontrol Diri

Daya atau keterampilan seseorang terhadap kendali atau sikap yang menjadi salah satu sifat karakter yang melibatkan seseorang dalam menggunakan jasa atau membeli suatu produk. Kontrol diri juga diartikan sebagai tindakan seseorang ketika menafsirkan suatu keadaan di sekitarnya dengan kemampuan menahan diri serta mengendalikan sikap dan perilakunya dalam bersosialisasi. Kejadian seperti ini dilakukan agar seseorang dapat mengontrol dirinya dan yang dilakukannya akan terkendali.<sup>16</sup>

Kontrol diri merupakan kemampuan dan keterampilan seseorang untuk mengolah serta mengambil keputusan dan tindakan secara efektif dan efisien membentuk hasil yang maksimum agar terhindar dari hasil yang tidak diinginkan. Kontrol diri memungkinkan seseorang untuk mengontrol bagaimana mereka membelanjakan uang mereka dan menghindari membelanjakannya untuk hal-hal yang tidak perlu.

##### b. Aspek-Aspek Kontrol Diri

Beberapa aspek-aspek kontrol diri, termasuk kontrol diri perilaku, kontrol diri kognitif dan kontrol diri terhadap pengambilan keputusan, sebagai berikut:

###### 1) Kontrol Perilaku

Bentuk sikap individu atau seseorang dalam mengontrol diri dan perilakunya terhadap orang disekitarnya, serta memahami aturan terhadap perbuatannya yang membahayakan orang lain dan diri sendiri. Indikator dari kontrol perilaku yakni: kemampuan memodifikasi respon dan kemampuan mengubah situasi

---

<sup>16</sup> M. Nur Ghufon, Rini Risnawati, "Teori-Teori Psikologi", (Yogyakarta: Ar-Rudz Media, 2010), 21-22.

## 2) Kontrol Kognitif

Pemahaman individu seseorang dalam mengartikan dan menilai sesuatu yang baik dan tidak serta mampu bersikap adil pada lingkungan disekitarnya. Indikator dari kontrol kognitif yakni: kemampuan memperoleh informasi dan kemampuan melakukan penaksiran

## 3) Kontrol Keputusan

Respon yang menjadikan sikap seseorang ketika menyalurkan jawaban atau keputusan bijak dengan baik dan benar terhadap persoalan tertentu. Indikator dari kontrol keputusan yakni: mempertimbangkan dari berbagai sisi dan kemampuan dapat menentukan tujuan.<sup>17</sup>

### c. Faktor-Faktor Kontrol Diri

Faktor psikologis memiliki faktor-faktor, begitu pula faktor-faktor kontrol diri, antara lain:

#### 1) Faktor Internal

Dalam kontrol diri yang menjadi faktor internal adalah usia dan kematangan. Ini terkait satu sama lain, jadi seseorang di tuntut dalam bersikap dan berperilaku karena unruk memperbaiki perilaku dan keperibadiannya mendatang.

#### 2) Faktor Eksternal

Pada faktor eksternal, kontrol diri ikut berperan untuk melaksanakan perilaku hal yang berkaitan dengan keluarga. Keluarga menjadi sesuatu yang rawan bagi seseorang dan individu sebab keluarga merupakan tempat kembali seseorang mengadu nasib setiap harinya. Sehingga kita harus pandai mengontrol emosi diri kepada keluarga, utamanya pada orang tua. Tujuannya agar tidak muncul permasalahan untuk menggapai kebahagiaan dan kesejahteraan

---

<sup>17</sup> M. Nur Ghufon, Rini Risnawati, "Teori-Teori Psikologi", (Yogyakarta: Ar-Rudz Media, 2010), 26-29

hidup. Kontrol diri secara tidak sadar hadir dan berperan dalam diri seseorang.<sup>18</sup>

#### **d. Indikator Kontrol Diri**

Indikator kontrol diri, menurut Averill dalam Ghufron dan Risnawati, 2012:

##### 1) Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku yang meliputi kemampuan untuk mengatur pelaksanaan, yakni kemampuan individu dalam membuat perencanaan, membuat pertimbangan dan membuat peraturan untuk dirinya sendiri. Kemampuan untuk memodifikasi stimulus, yakni kemampuan individu dalam membuat pilihan, menanggung risiko dan memikirkan sebab akibat dari perbuatannya.

##### 2) Kontrol Kognitif

Kontrol Kognitif merupakan kemampuan untuk memperoleh informasi, yakni kemampuan individu dalam mencari sumber informasi, memperoleh dan mengolah sumber informasi untuk dirinya. Kemampuan untuk melakukan penilaian, yakni kemampuan individu dalam menilai suatu peristiwa dan menarik pengalaman dari peristiwa.

##### 3) Kontrol Keputusan

Kontrol Keputusan merupakan kemampuan untuk memilih hasil atau tindakan yang diyakini/ disetujui, yakni kemampuan individu dalam berkomitmen dan percaya diri.<sup>19</sup>

#### **e. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam**

Setiap manusia yang diciptakan oleh Allah SWT memiliki kemampuan berpikir yang mana bisa mendapatkan suatu tujuan dalam hidupnya, hal ini disebut kontrol diri.

---

<sup>18</sup> M. Nur Ghufron, Rini Risnawati, "Teori-Teori Psikologi", (Yogyakarta: Ar-Rudz Media, 2010), 30-32

<sup>19</sup> Ghufron Nur M dan Risnawati, "Teori-Teori Psikologi" (A-Ruzz: Media, Jogjakarta, 2012): 51-53.

Dalam perspektif Islam *selfcontrol* juga dikenal sebagai *mujahadah an-nafs*, yang berarti perjuangan nyata atau jihad melawan ego sendiri (nafsu). Kesenangan sementara yang dicari seseorang dalam dirinya sehingga ia mudah menuruti egonya dan tidak mengontrol dirinya, hal ini hanya membuat seseorang diperbudak oleh nafsu dalam dirinya sendiri. Dalam hal ini Rasulullah SAW menerangkan bahwa jihad untuk melawan hawa nafsu lebih sulit dan berat ketimbang melawan orang lain. Sebagaimana Allah SWT telah mengajarkan kepada umatnya untuk mengontrol diri, seperti pada surat 40 dari kitab Al-Qur'an, Surat An-Nazi'at. ayat 40:

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ ۗ

Artinya: “Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari (keinginan) hawa nafsunya (hasratnya)”<sup>20</sup>

Kontrol diri dalam penjelasan ayat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa berperang (*jihad*) untuk melawan hawa nafsu atau hala-hal yang negatif. Pola konsumsi pada seseorang merupakan sikap dalam mengendalikan kontrol perilaku supaya manusia dapat menahan dan melawan nafsunya dari tipu muslihat dunia dan isinya, hal ini hanya sekadar menuruti kesenangan dan keinginan yang sementara.

## 5. Literasi Keuangan Syariah

### a. Definisi Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan secara sederhana memiliki arti sebagai pengetahuan dalam pengaturan keuangan. Perihal ini menjadi sebuah perilaku ekonomi yang banyak berkembang di masyarakat yang secara sadar ataupun tidak dalam kurun waktu

<sup>20</sup> Al-Qur'an Surat An-Nazi'at ayat 40, Al-Qur'an dan Terjemahan Al-Quddus, (Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2018):584.

yang cukup lama. Pengetahuan keuangan dan juga kemampuan untuk merealisasikannya secara langsung disebut juga sebagai literasi keuangan (*knowledge and ability*). Literasi keuangan dapat berpengaruh terhadap seseorang dari bagaimana ia menabung, meminjam uang dan berinvestasi dalam mengelola keuangan.

Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa mengembangkan pemahaman dan keterampilan keuangan konsumen sehingga mereka dapat mengelola keuangannya secara efektif dan sesuai dengan kebutuhannya dikenal sebagai literasi keuangan syariah. Tingkat literasi keuangan menurut OJK dibagi dalam beberapa komponen:

- 1) *Well literate*, merupakan mempunyai Pengetahuan dan keterampilan yang sangat baik tentang lembaga dan produk keuangan, serta tentang aspek tambahan, seperti manfaat dan risiko dan juga cakap dalam pengaplikasiannya.
- 2) *Sufficient literate* adalah kemampuan mengetahui serta mempercayai tentang semua yang berkaitan oleh lembaga dan layanan keuangan, serta elemen-elemen seperti risiko, hak, dan kewajiban.
- 3) *Less literate* yakni sekedar mengenal terhadap produk keuangan dan organisasi keuangan, dan kurang memahami semua karakteristik yang terkait dengan lembaga keuangan ini.
- 4) *Not literate* adalah lawan dari *well literate*, ialah sama sekali tidak memiliki pengalaman dan tidak dapat mengandalkan lembaga keuangan dan produk mereka menggunakan dan mengaplikasikannya.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Literasi Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan, diakses pada 10 Mei 2023. [https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx#:~:text=Well%20literate%20\(21%2C84%20%25\),menggunakan%20produk%20dan%20jasa%20keuangan.](https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx#:~:text=Well%20literate%20(21%2C84%20%25),menggunakan%20produk%20dan%20jasa%20keuangan.)

Menurut definisi konseptual, literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang untuk mengelola sumber keuangannya sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam dengan menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan sikap keuangannya. Dengan kata lain, sudah menjadi kewajiban agama setiap muslim untuk memahami sistem keuangan syariah, yang berdampak signifikan terhadap keberadaan Al-Falah baik di dunia maupun di masa depan.<sup>22</sup>

#### **b. Indikator Literasi Keuangan Syariah**

Dalam literasi keuangan syariah yang ditegaskan oleh Ruwaidah, tampak ada tiga indikator yang dapat mempengaruhi keputusan, antara lain:

##### 1) Pengetahuan

Pengetahuan adalah sebuah keterampilan paham yang dihasilkan dari pengamatan yang sudah dilakukan seorang individu. Perilaku manusia dapat dibentuk dari aspek pengetahuan yang dimilikinya. Pada sebuah pengetahuan terdapat dua perspektif yakni positif dan negatif yang asalnya kedua perspektif ini bakal mengarahkan perilaku tindakan yang akan diambil terhadap suatu topik

##### 2) Kemampuan

Potensi diri yang terdapat dalam diri seseorang sejak lahir merupakan suatu kemampuan. Sehingga potensi dalam diri seseorang yang sifatnya mampu dikembangkan dan ditekuni berdasarkan pada keahlian setiap orang.

##### 3) Keyakinan

Dalam bahasa arab "Keyakinan" berasal dari kata "*yakin*", yang berarti "percaya". dengan bersungguh-sungguh. Umumnya

---

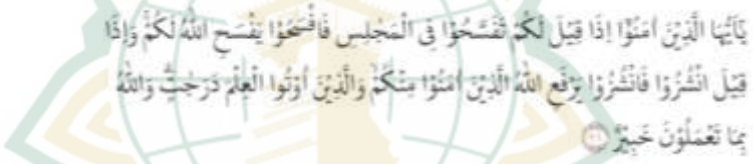
<sup>22</sup> Dian Sugiarti, "Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta)" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (2023): 768.

keyakinan ialah sebuah kepercayaan atau asumsi setiap individu atau kelompok pada suatu hal, kejadian ataupun konsep tertentu.<sup>23</sup>

**c. Literasi Keuangan Syariah menurut Perspektif Islam**

Menurut uraian teori di atas, literasi ekonomi Syariah adalah seperangkat pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan (falah) sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Prinsip-prinsip Al-Qur'an tetap menjadi dasar hukum yang menghilangkan unsur-unsur riba, gharar dan maysir.

Sebagaimana surat Al-Qur'an yaitu Surat Al-Mujadilah ayat 11 Allah berfirman:



Artinya: *“Hai orang-orang beriman, ketika kami katakan kepadamu: “Berilah kelapangan didalam majelis-majelis” lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Apabila dikatakan: “Berdirilah (kamu)”, berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Teliti apa yang kamu kerjakan”*<sup>24</sup>

Kandungan ayat tersebut dalam tafsir Syaikh Muhammad bin Shalih Asy-Syawi memberi

<sup>23</sup> Siti Himisyah Ruwaidah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah”, *Muhasabiyah: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam* 1, no. 1 (2020): 86-87.

<sup>24</sup> Al-Qur'an Surat Al-Mujadilah ayat 11, Al-Qur'an dan Terjemahan Al-Quddus, (Kudus: CV. Mubarakatan Thoyyibah, 2018):543.



pandangan dengan utamanya suatu ilmu. Manfaat ilmu bagi seseorang dapat melahirkan adab yang baik dalam mengamalkan ilmu tersebut.<sup>25</sup> Sikap dan perilaku yang juga baik menjadi komponen ilmu dan iman. Sehingga, meningkatnya literasi keuangan syariah akan memberi dampak baik bagi sikap dalam mengelola keuangan. Dasar ilmu keuangan syariah dijadikan landasan disetiap transaksi dalam proses menggunakan uang. Dalam perbankan syariah, terdapat aktivitas dana dan pengelolaan uang yang menyarankan untuk menggunakan dana secara produktif demi tercapainya tujuan ekonomi sosial islam. Dengan hal tersebut melarang adanya riba yang tidak sesuai dengan ajaran syariah islam, serta melakukan yang sesuai dengan prinsip seperti *wadi'ah*, *ijarah*, *mudharabah* dan *qard*.<sup>26</sup>

## 6. Penggunaan Shopee Paylater

### a. Konsep Shopee Paylater

*Paylater* memiliki peran pada opsi pembayaran bagi konsumen, sehingga julukan BNPL (*buy now pay later*) tidak asing lagi masyarakat. *Paylater* merupakan proses pembayaran dalam transaksi *online* dengan sistem yang dibayar terlebih dahulu oleh perusahaan aplikasi *paylater*, setelah itu konsumen atau pengguna bisa melunasi bayaran Tagihan untuk aplikasi pembayaran *paylater* yang sesuai dengan syarat dan ketentuan yang relevan.<sup>27</sup> Pinjaman tanpa kartu kredit yang disebut *paylater* ini dirancang untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan yang melakukan transaksi. Otoritas jasa keuangan sudah banyak perusahaan yang

---

<sup>25</sup> Muflihatul Maghfiroh, "Etika Menuntut Ilmu (Studi Buku Kitab Al-Ilmi Karya Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin)" Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Pendidikan Islam, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. (2014)

<sup>26</sup> Ningsih 2016

<sup>27</sup> Bayu Novendra dan Sarah Safira Aulianisa, "Konsep dan Perbandingan Buy Now, Paylater dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi", *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*

menggunakan sistem *paylater* sebagai metode pembayaran salah satunya ialah perusahaan Shopee *Paylater*. PT. Commerce Finance menjalankan fintech Shopee *Paylater*, yang menyediakan layanan keuangan kepada pengguna melalui teknologi online.<sup>28</sup>

Pengertian layanan *paylater* adalah untuk memfasilitasi transaksi dengan memungkinkan orang untuk menggunakan kartu kredit mereka setelah membeli barang atau jasa. Layanan *paylater* menjadi primadona di kalangan muda, generasi milenial dan z karena fasilitas yang mudah dan cara mengaksesnya yang tidak memakan banyak waktu, terlebih generasi muda memiliki gaya hidup yang serba instan dan kebutuhan yang meningkat serta keterbatasan untuk memiliki kartu kredit terbilang sulit dan rumit. Keadaan seperti ini membuat *paylater* diminati banyak masyarakat. Kondisi yang bergeser dari sistem penjualan konvensional ke penjualan *online* menciptakan pola hidup yang *impulsif* atau konsumerisme. Pola konsumerisme terjadi dalam transaksi yang mudah serta tidak harus memiliki uang saat transaksi sehingga dapat menggunakan metode *paylater* atau bayar nanti.<sup>29</sup>

Anda dapat menggunakan *paylater* dengan cara yang sama seperti Anda dapat menggunakan kartu kredit, tetapi keuntungan dari teknologi ini adalah pendaftarannya jauh lebih sederhana daripada dengan kartu kredit. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang mudah direalisasikan dengan *paylater* menjadi faktor setiap orang tertarik untuk menggunakan *paylater*. Dana yang telah digunakan akan dikembalikan sesuai dengan jatuh tempo

---

<sup>28</sup> Ah Kahirul Wafa, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Shopee Paylater", *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2020):23.

<sup>29</sup> Dian Maya Maulida, "Pandangan Ekonomi Islam terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (Paylater)", *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)* 5, no. 2 (2021):23.

perjanjian yang telah ditentukan oleh aplikasi dan penggunaannya.<sup>30</sup>

#### **b. Dasar Penggunaan *Paylater* dalam Islam**

Kegiatan muamalah yang diatur oleh hukum Islam, seperti yang banyak masyarakat gunakan adalah *ecommerce*, yang merupakan model transaksi jual beli terbaru setelah *bai' assalam*. *Bai' assalam* adalah akad jual beli yang membayarnya di muka lebih dulu lalu barang diterima pada waktu yang telah disepakati. Pada lain hal, *paylater* adalah akad jual beli yang barang atau jasanya diterima lebih dulu namun bayarnya nanti. Sama halnya pada akad jual beli pada umumnya, *paylater* dan *bai' assalam* juga harus memenuhi minimal 4 syarat yakni, pembeli, penjual, alat tukas (uang) dan barang atau jasa yang diperjual belikan.<sup>31</sup>

Mekanisme pelaksanaan akad praktik jual beli menggunakan Shopee *Paylater* sudah memenuhi beberapa syarat dan rukun akad jual beli dan *bai' taqsih*.<sup>32</sup> Pendapat yang memperbolehkan transaksi utang piutang yang dijalani dengan menganggapnya sebagai akad *ijarah*. Menurut Muhammad Syamsudin, berlandaskan pada kitab Al-Mughni yang ditulis oleh Ibnu Qudamah, adanya tambahan biaya atau utang karena menggunakan aplikasi sebagai perantara antara pihak Shopee dengan konsumen Shopee *Paylater* maka tambahan biaya tersebut bukan riba.<sup>33</sup>

---

<sup>30</sup> Rahmatika Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia", *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 7, no. 1 (2021):45.

<sup>31</sup> Rif'atul Muzayanah Al-Mahbubah and Ana Nurwakhidah, "The Frame of Sharia Economic on Paylater Payment System," *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1 (2021): 93–107.

<sup>32</sup> Bilqis Salma Elysia dan Muh Jufri Achmad "Analisis Akad Jual Beli Menggunakan Shopee Paylater dalam Perspektif Islam" *Indonesia Journal of Law and Social Political Governance* 3, no. 1. 2023.

<sup>33</sup> Syamsudin, M. (2020, May 27). *Kartu Kredit Online atau Paylater menurut Hukum Islam*. Retrieved from NU Online: <https://islam.nu.or.id/ekonomi-syariah/kartu-kredit-online-atau-Paylater-menurut-hukum-islam-m7kV1>

Dalam kaidah Ushul Fiqih Pada dasarnya hukum asal dari perbuatan mu'amalah itu dibolehkan selama tidak ada dalil yang menyatakan pelarangannya atau keharamannya. Sehingga transaksi *Paylater* dibolehkan walaupun harga ditentukan setelah semua transaksi dilaksanakan secara relevan dengan syariah dan syarat-syarat tertentu dalam hukum jual beli Islam.<sup>34</sup>

Dalam hukum Islam, penggunaan *Paylater* dianjurkan oleh Allah SWT karena dianggap mampu membantu saudara-saudara muslim yang membutuhkan modal karena adanya hutang antara peminjam (*muqrid*) dan pemberi pinjaman (*muqtarid*). Terlepas dari golongan riba dan pengakuannya sebagai akad *ijarah* (permohonan sewa), penting bagi umat Islam untuk memahami pentingnya memenuhi kebutuhan hidup. Jika tidak terlalu membutuhkan pinjaman, tidak perlu meminjam di aplikasi Shopee *Paylater*. Namun jika dirasa sangat diperlukan, Anda diperbolehkan menggunakan aplikasi seperti Shopee *Paylater*, dll.

### c. Dimensi penggunaan *Paylater*

Terdapat beberapa dimensi penggunaan *paylater*, antara lain:

- 1) Faktor lingkungan, berkaitan dengan kondisi perekonomian masyarakat saat ini dan masa depan. Tingkat permintaan, suku bunga dan perubahan persaingan adalah indikator faktor lingkungan.
- 2) Faktor organisasi, yang memengaruhi etika dinilai mempunyai pengaruh yang besar terhadap tindakan dan proses pengambilan keputusan. Indikator yang digunakan untuk tugas, kebijakan, prosedur, dan praktik adalah komponen organisasi.

---

<sup>34</sup> Ziadil Ulum & Asmuni, "Transaksi Shopee Paylater Perspektif Hukum Islam", JURNAL SYARI'AH & HUKUM Al-Mawarid, 2023.

- 3) Faktor interpersonal, yaitu pengaruh konsumen dari satu orang ke orang lain untuk memutuskan pemberian kredit, yakni *paylater* atau membayar kemudian. Setiap orang memiliki kebutuhan dan keinginannya sendiri yang beda-beda. Beberapa indikator yang digunakan yakni minat, wewenang dan daya bujuk.

**B. Penelitian Terdahulu**

Penelitian sebelumnya tentang variabel faktor sosial, *lifestyle*, kontrol diri dan literasi keuangan syariah terhadap penggunaan Shopee *Paylater*, antara lain:

**Tabel. 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti dan Jurnal	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Fany Fadhila, Azhar dan Muslim Marpaung  <i>Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)</i> Vol. 1 No. 2 2020	“Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> ”	<u>Independen:</u> ● Religiusitas ● Pengetahuan Produk ● Faktor Sosial  <u>Dependen:</u> Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>	Hasil studi hipotesis menunjukkan bahwa faktor agama, product knowledge dan faktor sosial memberikan dampak signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan Shopee <i>Paylater</i> .
2.	Lis Supriyadi <i>SKRIPSI IAIN Salatiga</i> 2022	Pengaruh Literasi Ekonomi, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi	<u>Independen:</u> ● Literasi Ekonomi ● Kontrol Diri ● Religiusitas  <u>Dependen:</u> Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee	Menurut temuan penelitian lines and percobaan t, gaya hidup memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumerisme, sedangkan ekonomi, pengendalian diri, dan religiusitas memiliki dampak negatif yang signifikan

No.	Peneliti dan Jurnal	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
				terhadap perilaku konsumerisme.
3.	Renggani Nur Wulan Octanita Sanoesi dan Hendra Setiawan ( <i>Jurnal SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi</i> 4) 2022	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap <i>Impulse Buying</i> Pada Pengguna <i>Shopee Paylater</i>	<u>Independen:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Persepsi</li> <li>● Kemudahan</li> <li>● Manfaat</li> <li>● Intensitas</li> <li>● Pengguna</li> <li>● Gaya Hidup</li> </ul> <u>Dependen:</u> <i>Impulse Buying</i> pada Pengguna <i>Shopee Paylater</i>	Menurut hasil penelitian, persepsi kemudahan, manfaat, intensitas dan gaya hidup pelanggan <i>Shopee Paylater</i> memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keinginan mereka untuk berbelanja.
4.	Namira Maulida Eka Putri dan Sonja Andrarini ( <i>JEAM (Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen)</i> Vol. 21 No. 1 2022	Pengaruh <i>Self Control</i> Dan <i>Financial Attitude</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Pengguna Layanan <i>Buy Now Pay Later</i> (Studi Pengguna <i>Shopee Paylater</i> Di Kota Surabaya)	<u>Independen:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <i>Self Control</i></li> <li>● <i>Financial Attitude</i></li> </ul> <u>Dependen:</u> <i>Financial Management Behavior</i> Pengguna Layanan <i>Buy Now Pay Later</i>	Perilaku manajemen keuangan pengguna layanan <i>Buy Now Pay Later</i> sangat dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap keuangan.
5.	Gina Rahmawati ( <i>Skripsi Politeknik Negeri Jakarta</i> 2022	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna <i>Shopee Paylater</i> Pada Generasi	<u>Independen:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Literasi</li> <li>● Keuangan</li> <li>● Gaya Hidup</li> </ul> <u>Dependen:</u> Perilaku Konsumtif Pengguna <i>Shopee Paylater</i>	Hasil penelitian menunjukkan Memahami keuangan dan gaya hidup konsumen memiliki dampak signifikan pada perilaku pembelian mereka. Pengguna pembayaran <i>Shopee Pay Later</i> pada generasi millennial

No.	Peneliti dan Jurnal	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
6.	Dea Mahargia Pratiwi dan Zaki Bahrn Ni'am  <i>Jurnal Economics and Digital Business review</i> 4, no. 1 (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa	<u>Independen:</u> ● Literasi Keuangan ● Gaya Hidup ● Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>  <u>Dependen:</u> Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa	Hasil menunjukkan bahwa penggunaan Shopee <i>Paylater</i> , pengetahuan tentang keuangan dan gaya hidup keduanya memiliki dampak yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan individu mahasiswa.
7.	Selvi Rahmandi, Moh Mukhsin dan Muhamad Fakhrudin  <i>Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam</i> 6, no 1 (2023)	Pengaruh Religiositas, Prinsip Konsumsi dan Gaya Hidup Islami terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee <i>Paylater</i> dalam Perspektif Ekonomi Islam	<u>Independen:</u> ● Religiositas ● Prinsip Konsumsi ● Gaya Hidup Islami  <u>Dependen:</u> Keputusan Pembelian	Menurut penelitian ini, religiusitas dan prinsip-prinsip konsumen memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian, tetapi gaya hidup Islami tidak memiliki dampak yang signifikan.

Mengacu pada tabel 2.3 di atas menunjukkan bahwa variabel faktor sosial, *lifestyle*, kontrol diri dan literasi keuangan syariah digunakan sebagai variabel untuk menganalisis konsumen sebagai pengguna Shopee *Paylater* dalam pembayaran digital.

Diketahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah pada objek penelitian, alat analisis dan variabel penelitian yang digunakan. Penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Kudus angkatan 2019, alat analisisnya menggunakan Smart PLS 3.0 dan variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah faktor sosial, gaya hidup, kontrol diri dan literasi keuangan syariah.

### C. Kerangka Berpikir

Teori perilaku terencana (TPB) menjelaskan bagaimana niat atau niat seseorang dapat terwujud dalam perilaku aktual mereka. Teori ini juga adalah bagaimana tekad atau niat seseorang untuk melakukan perilaku atau tingkah laku dalam suatu tindakan tertentu di masa datang.<sup>35</sup> Niat dapat diartikan sebagai faktor positif sebagai motivasi yang direspon dengan perilaku atau tindakan. Intensi atau niat itu tadi yang akan melahirkan terwujudnya perilaku seseorang.<sup>36</sup>

Pada dasarnya, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi intensi seseorang, yang nantinya akan terwujud menjadi perilaku nyata, yakni:

1. *Attitude* atau sikap: mengacu pada bagaimana seseorang menilai sebuah perilaku
2. *Subjective norm* atau norma subjektif : berupa sistem kepercayaan ataupun alasan yang mendasari seseorang untuk berperilaku. Faktor ini sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial yang dominan dalam masyarakat
3. *Perceived behavioral control* atau persepsi kendali atas perilaku : mengacu pada persepsi seseorang terkait bisa atau tidaknya sebuah perilaku untuk dilakukan oleh dirinya.

Kerangka berpikir dalam sebuah penelitian dibutuhkan sebagai tujuan untuk menyusun beberapa variabel ditemukan dalam berbagai teori. Kemudian, berdasarkan teori ini akan dilakukan analisis yang sistematis dan kritis sehingga dapat diketahui hubungan antar variabel yang diidentifikasi dalam penelitian<sup>37</sup>. Dengan bantuan analisis hasil penelitian sebelumnya serta penjelasan struktur penelitian untuk masing-masing teori variasi dapat didefinisikan sebagai berikut:

---

<sup>35</sup> Nonie Afrianty, *Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Intensi Menggunakan Kosmetik Berlabel Halal ( Studi Pada Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu )* Nonie Afrianty , Aulia Raudhatul Jannah (Yogyakarta: Brimedia Global, 2021).

<sup>36</sup> Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, "Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi" *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6, no. 12 (2017):4046.

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi ke 11, (Bandung: Alfabeta, 2008), 21.



**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berpikir**  
*The Theory of Planned Behavior*



Penelitian ini peneliti, pengaruh faktor sosial (X1) terhadap penggunaan Shopee Paylater (Y). Lifestyle (X2) terhadap penggunaan Shopee Paylater (Y). Kontrol diri (X3) terhadap penggunaan Shopee Paylater (Y). Literasi keuangan syariah (X4) terhadap penggunaan Shopee Paylater (Y).

Kerangka teori pada penelitian ini dengan variabel faktor sosial, gaya hidup, kontrol diri dan literasi keuangan syariah yang kita hubungkan terhadap penggunaan Shopee Paylater menggunakan Teori Perilaku Berencana (*Theory of Planned Behavior*). Pada variabel faktor sosial, beberapa orang yang menggunakan layanan Shopee Paylater beranggapan bahwa paylater menguntungkan karena bisa membantu memenuhi kebutuhan di saat tidak memiliki uang dan orang-orang disekitar banyak menggunakannya juga. Sikap terhadap perilaku yang mereka terapkan adalah kemudahan dan benefit sementara yang mereka dapat serta melihat orang-orang dilingkungan sekitarnya menggunakan layanan tersebut. Masyarakat beranggapan mereka menggunakan Shopee Paylater hanya ketika terdesak dan ketika membutuhkan barang yang penting sehingga menggunakan Shopee Paylater bukanlah hal yang buruk.

Dalam menentukan gaya hidup beberapa masyarakat menggunakan Shopee Paylater untuk bisa mengikuti trend yang terus menerus muncul setiap saat. Sikap terhadap perilaku tersebut, bagi masyarakat Shopee Paylater adalah sebuah layanan *privilage* yang membantu mereka untuk memenuhi keinginan semmentaranya. Persepsi Kontrol Perilaku,

dalam hal ini masyarakat bisa saja menunggu memiliki uang ketika membeli barang atau jasa di *ecommerce* Shopee, namun menggunakan layanan Shopee *Paylater* adalah alternatif agar gaya hidup terpenuhi.

Pada variabel kontrol diri, orang-orang menganggap mereka memiliki pengendalian diri yang baik sehingga ketika menggunakan Shopee *Paylater* mereka mampu mengaturnya dengan bijak. Sikap pengguna Shopee *Paylater* terhadap perilaku yang mereka realisasikan adalah yakin atas keputusan yang mereka ambil dalam menggunakan layanan tersebut. Pengelolaan diri yang baik mampu menahan pola konsumsi saat berbelanja dengan layanan Shopee *Paylater*. Persepsi kontrol perilaku, beberapa orang mampu menahan dirinya untuk tidak menggunakan layanan Shopee *Paylater* ketika mereka menginginkan barang dan jasa hanya untuk memenuhi hasrat konsumsinya, namun terkadang menggunakan layanan Shopee *Paylater* merupakan hal yang dibutuhkan.

Variabel literasi keuangan syariah pada teori perilaku berencana, dalam hal ini seseorang diharuskan memiliki pemahaman tentang literasi keuangan syariah dibutuhkan agar kita tidak terlena ketika menggunakan layanan yang bersifat hutang seperti Shopee *Paylater*. Sikap terhadap perilaku, dalam hal ini banyak dari masyarakat tidak mengetahui ketika kita menggunakan layanan Shopee *Paylater* maka kita mesti tahu hukum penggunaannya dalam syariat Islam. Persepsi kontrol perilaku, dalam hal ini masyarakat menggunakan layanan Shopee *Paylater* dengan mudah dan tanpa tahu apakah hukum Islam pada layanan tersebut.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesa adalah hipotesis sementara mengenai jawaban atas pertanyaan penelitian. Jika ini adalah asumsi sementara, itu karena jawaban yang diajukan dalam hipotesis ini didasarkan pada teori-teori sebelumnya yang berkaitan dengan perumusan masalah. Di sisi lain, jawaban pasti akan diberikan di bidang deteksi, yang dapat ditemukan dari data yang dikumpulkan. Hipotesis bertujuan untuk menemukan jawaban sementara yang diuji secara eksperimen dan dibuktikan kebenarannya pada tahap kerja lapangan, dimana

analisis data dilakukan sesuai prosedur yang berlaku.<sup>38</sup> Hipotesis ini menjadi referensi yang pasti dan bisa diterima dalam kerangka penelitian selanjutnya yang bertujuan untuk menggambarkan realitas situasi yang diamati.<sup>39</sup> Menurut hipotesis berikut, peneliti merumuskan sebagai berikut:

### **1. Pengaruh faktor sosial terhadap penggunaan Shopee Paylater**

Faktor Sosial adalah individu atau kelompok orang yang dekat dengan pembeli dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi tindakan mereka. Sebagian besar waktu, faktor eksternal berdampak pada pengambilan keputusan mengenai penggunaan produk atau layanan digital berteknologi.<sup>40</sup> Kelompok referensi, peran, keluarga dan sosial adalah beberapa faktor ini yang mempengaruhi keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian yang menguraikan pengaruh variabel faktor sosial hasilnya menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater. Pada penelitian Astalaisyah Sari dengan judul “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN FEBI Khas Jember Pengguna Fitur *Spaylater*” yang menunjukkan hasil bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna fitur Shopee Paylater.<sup>41</sup> Penelitian lainnya oleh Saniya Salsabila dengan judul “Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater pada *Ecommerce*” mendapatkan hasil bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 39.

<sup>39</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 132.

<sup>40</sup> Fany Fadhila, azhar dan Muslim Marpaung, “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Produk sosial terhadap Penggunaan Shopee Paylater” *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)* 1, no. 2 (2022), 22.

<sup>41</sup> Astilaisyah Sari, “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Khas Jember Pengguna Fitur Shopee Paylater” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.

pengguna *Paylater*.<sup>42</sup> Penelitian lainnya oleh Nuraeni Farhani, Annisa Alifa Ramadhani dan Dini Ayuning Ratri Sukimin dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *Paylater* dengan Model UTAUT2” menunjukkan hasil bahwa Pengaruh Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *paylater* oleh mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta.<sup>43</sup>

Berdasarkan hasil penelitian di atas, penulis mengajukan hipotesis yang diajukan peneliti sebagai berikut:



H<sub>1</sub> = Terdapat pengaruh positif faktor sosial terhadap penggunaan shopee paylater

**2. Pengaruh *lifestyle* terhadap penggunaan shopee paylater**

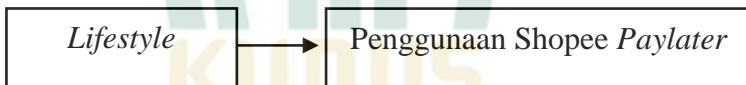
Istilah "gaya hidup" sering mengacu pada cara seseorang menjalani hidup mereka di dunia melalui aktivitas, minat, dan pandangan mereka. Gaya hidup mencerminkan cara seseorang berinteraksi dengan lingkungannya.<sup>44</sup> Beberapa penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan shopee paylater. Pada penelitian Nabilah Fatim dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan *Paylater*” mendapatkan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

<sup>42</sup> Saniya Salsabila, “Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater* pada *Ecommerce*” Skripsi Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, 2023.

<sup>43</sup> Nuraeni Farhani, Annisa Alifa Ramadhani dan Dini Ayuning Ratri Sukimin “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *Paylater* dengan Model UTAUT2” *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 4, no.2 (2023).78.

<sup>44</sup> Renggani Wulan Octanita dan Hendra Setiawan, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan dan Gaya Hidup terhadap Impulse Buying pda Penggunaan Shopee Paylater” *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Akuntansi* 4, (2022). 7.

penggunaan *Paylater* yang artinya gaya hidup memiliki efek sedang dan berat pada penggunaan *Paylater*.<sup>45</sup> Penelitian lainnya oleh Astalaisyah Sari dengan judul “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Khas Jember Pengguna Fitur *Spaylater*” yang menunjukkan hasil bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna fitur Shopee *Paylater* menunjukkan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember pengguna fitur *Spaylater*.<sup>46</sup> Penelitian lainnya oleh Gina Rahmawati dan Elly Mirati dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millennial” mendapatkan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater* dengan arah hubungan positif.<sup>47</sup> Penelitian lainnya oleh Hanifah Lidzikri dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Sikap Berutang terhadap Penggunaan *Paylater* pada Generasi Milenial dan Generasi Z” menunjukkan hasil bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh terhadap penggunaan *paylater*.<sup>48</sup> Adapun hipotesis yang diajukan peneliti, sebagai berikut:



<sup>45</sup> Nabilah Fatin, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan *Paylater*” Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019.

<sup>46</sup> Astilaisyah Sari, “Pengaruh Sosial, Gaya Hidup dan Motivasi Belanja Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Khas Jember Pengguna Fitur Shopee *Paylater*” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.

<sup>47</sup> Gina Rahmawati dan Elly Mirati “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millennial” *Prosiding SNAM PNJ*, 2022.

<sup>48</sup> Hanifah Lidzikri “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Sikap Berutang terhadap Penggunaan *Paylater* pada Generasi Milenial dan Generasi Z”, *IPV University Repository*, (2023)

H<sub>2</sub> = Terdapat pengaruh positif *lifestyle* terhadap penggunaan Shopee *Paylater*

### 3. Pengaruh kontrol diri terhadap penggunaan Shopee *Paylater*

Kemampuan seseorang untuk merencanakan, mempengaruhi dan mengelola perilaku mereka sendiri dapat menyebabkan kewajiban positif untuk keberadaan mereka sendiri dan untuk keadaan lingkungan. Kemampuan ini dikenal sebagai Kontrol diri, juga dikenal sebagai pengendalian diri.<sup>49</sup> Penelitian tentang pengendalian diri atau self control terhadap penggunaan Shopee *Paylater* sudah cukup signifikan. Ini karena karakteristik pengendalian diri seseorang dapat membantu mereka menghindari pengeluaran terlalu banyak uang dan menyeimbangkan anggaran mereka. Pada penelitian oleh Saniya Salsabila dengan judul “Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater* pada *Ecommerce*” mendapatkan hasil bahwa pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *Paylater*.<sup>50</sup> Penelitian lainnya oleh Sandi Wiguna dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Shopee *Paylater* pada Mahasiswa di Yogyakarta” menunjukkan hasil bahwa pengaruh kontrol diri berpengaruh terhadap pembelian impulsif menggunakan Shopee *Paylater*. Penelitian lainnya namun berbeda/ tidak setuju dengan hipotesis peneliti yakni oleh Ada Nerissa Arviana, Anggita Langgeng Wijaya dan Moh Ubaidillah dengan judul “Pengaruh Financial Literacy, Opportunity Cost, Kontrol Diri dan Financial Hedonism terhadap minat Pengguna Fitur

---

<sup>49</sup> Namira Maulida Eka Putri, “Pengaruh Self Control dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior Pengguna Layanan Buy Now *Paylater*” *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen* 21, no. 1 (2022). 62.

<sup>50</sup> Saniya Salsabila, “Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater* pada *Ecommerce*” Skripsi Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, 2023.

*Paylater* pada Generasi Milenial”<sup>51</sup> dengan hasil kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur *paylater* pada generasi milenial. Penelitian lainnya oleh Namira Maulida Eka Putri dan Sonja Andarini dengan judul “Pengaruh *Self Control* dan *Financial Attitude* terhadap *Financial Management Behavior* pengguna Layanan *Buy Now Pay Later*” dengan hasil *self control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* pengguna layanan *buy now pay later*. Adapun hipotesis yang diajukan peneliti, sebagai berikut:



H<sub>3</sub> = Terdapat pengaruh positif kontrol diri terhadap penggunaan Shopee *Paylater*.

**4. Pengaruh literasi keuangan syariah terhadap penggunaan Shopee *Paylater***

Pengetahuan keuangan syariah merupakan pemahaman konseptual tentang dasar-dasar keuangan syariah yang berkaitan dengan elemen Organisasi Keuangan Islam. Al-Qur'an, Sunnah, Ijma dan Qiyas adalah elemen yang mendukung syariat. Sedangkan prinsip keuangan syariah ketika memahami keuangan syariah dengan baik adalah menghindari faktor-faktor seperti riba dan *maisir*.<sup>52</sup> Pada penelitian Syafa Tasya Salsabila dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Niat Menggunakan *Paylater* Pada Mahasiswa Di Indonesia” menunjukkan hasil bahwa faktor literasi keuangan

<sup>51</sup> Ada Nerissa Arviana, Anggita Langgeng Wijaya dan Moh Ubaidillah dengan judul “Pengaruh Financial Literacy, Opportunity Cost, Kontrol Diri dan Financial Hedonism terhadap minat Pengguna Fitur *Paylater* pada Generasi Milenial”, *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 5 (2023).

<sup>52</sup> Angel Chandra Septin, Zainal Abdul Haris dan Retno Widiastuti, “Pengaruh Literasi Keuangan Syairah terhadap minat mahasiswa menggunakan produk *paylater* non syariah” *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Humaniora* 8, no. 1(2023), 29.

memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *paylater*.<sup>53</sup> Pada penelitian Nabilah Fatin dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan *Paylater*” mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *Paylater* yang artinya literasi keuangan memiliki efek sedang dan berat pada penggunaan *Paylater*.<sup>54</sup> Pada penelitian oleh Saniya Salsabila dengan judul “Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater* pada *Ecommerce*” mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pengguna *Paylater*.<sup>55</sup> Penelitian yang lain juga oleh Gina Rahmawati dan Elly Mirati dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millennial” mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater* dengan arah hubungan negatif.<sup>56</sup> Penelitian lainnya oleh Dian Rachmah dan Muhammad Aufa dengan judul “Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan, Manfaat dan Kaulitas Layanan bagi Mhasiswa Akuntansi terhadap Minat menggunakan *Paylater*” mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa akuntansi menggunakan *paylater*.<sup>57</sup> Ada

---

<sup>53</sup> Syafa Tasya Salsabila, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan Dan Manfaat Niat Menggunakan *Paylater* Pada Mahasiswa Di Indonesia”, *Jurnal Dspace Universitas Islam Indonesia* (2022), 5.

<sup>54</sup> Nabilah Fatin, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan *Paylater*” Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019.

<sup>55</sup> Saniya Salsabila, “Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna *Paylater* pada *Ecommerce*” Skripsi Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, 2023.

<sup>56</sup> Gina Rahmawati dan Elly Mirati “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millennial” *Prosiding SNAM PNJ*, 2022.

<sup>57</sup> Dian Rachmah dan Muhammad Aufa “Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan, Manfaat dan Kaulitas Layanan bagi Mhasiswa Akuntansi terhadap



Nerissa Arviana, Anggita Langgeng Wijaya dan Moh Ubaidillah dengan judul “Pengaruh Financial Literacy, Opportunity Cost, Kontrol Diri dan Financial Hedonism terhadap minat Pengguna Fitur *Paylater* pada Generasi Milenial”<sup>58</sup> yang menunjukkan hasil *financial literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan fitur *paylater* pada generasi milenial, hal ini tidak sejalan dengan hipotesa yang penelitian ajukan. selanjutnya hipotesa yang diajukan peneliti, sebagai berikut:



H<sub>4</sub> = Terdapat pengaruh positif literasi keuangan syariah terhadap penggunaan Shopee *Paylater*




---

Minat menggunakan *Paylater*” *Jurnal Rimba; Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 4 (2023). 283.

<sup>58</sup> Ada Nerissa Arviana, Anggita Langgeng Wijaya dan Moh Ubaidillah dengan judul “Pengaruh Financial Literacy, Opportunity Cost, Kontrol Diri dan Financial Hedonism terhadap minat Pengguna Fitur *Paylater* pada Generasi Milenial”, *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 5 (2023).