

ABSTRACT

Chintia Ni, NIM 7213250002 “The Influence of SPayLater Usage on Shopee Application towards Impulse Buying among Digital Business Students at State University of Medan”. Thesis Digital Business Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan, 2026.

This study aims to determine the effect of SPayLater usage on the Shopee application toward Impulse Buying behavior among students of the Digital Business Study Program at Universitas Negeri Medan. The background of this research is based on the increasing trend of paylater feature usage among students, which often encourages unplanned and spontaneous purchasing behavior. This research employs a quantitative approach with a causal associative method. The population consists of all students of the Digital Business Study Program, with a total sample of 96 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through a validated and reliable questionnaire, and analyzed using simple linear regression assisted by the SPSS program. The results show that the SPayLater usage variable (X) has a positive and significant effect on Impulse Buying behavior (Y). This is evidenced by the t_{value} of 25.248, ($t_{\text{value}} > t_{\text{table}}$) with a significance level of 0.000. The regression equation obtained is $Y = 2.192 + 0.551X$, indicating that each increase in SPayLater usage raises students' Impulse Buying behavior by 0.551 units. The coefficient of determination (R^2) shows that 87.1% of the variation in Impulse Buying behavior can be explained by the SPayLater usage variable, while the remaining 12.9% is explained by other factors outside this study. Based on these findings, it can be concluded that SPayLater usage significantly influences students' Impulse Buying behavior. Therefore, students are encouraged to use paylater services wisely to avoid excessive consumption, and universities are expected to strengthen financial literacy education for students.

Keywords: SPayLater, Shopee, Impulse Buying, Students, Digital Business.



ABSTRAK

Chintia Ni, NIM 7213250002 “Pengaruh Penggunaan *SPayLater* pada Aplikasi Shopee terhadap *Impulse Buying* Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan”. Skripsi Program Studi Bisnis Digital, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *SPayLater* pada aplikasi Shopee terhadap perilaku *Impulse Buying* mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada maraknya fenomena penggunaan fitur *paylater* di kalangan mahasiswa yang mendorong perilaku pembelian secara spontan tanpa perencanaan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Prodi Bisnis Digital Universitas Negeri Medan, dengan sampel sebanyak 96 responden yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, sedangkan analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penggunaan *SPayLater* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 25,248 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 2,192 + 0,551X$, yang berarti setiap peningkatan penggunaan *SPayLater* akan meningkatkan perilaku *Impulse Buying* mahasiswa sebesar 0,551 satuan. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebesar 87,1% variasi perilaku *Impulse Buying* dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan *SPayLater*, sedangkan sisanya 12,9% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *SPayLater* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *Impulse Buying* mahasiswa. Oleh karena itu, mahasiswa disarankan untuk lebih bijak dalam menggunakan fasilitas *paylater* agar tidak memicu perilaku konsumtif berlebihan, serta pihak kampus diharapkan dapat meningkatkan edukasi literasi keuangan digital bagi mahasiswa.

Kata Kunci: *SPayLater*, Shopee, *Impulse Buying*, Mahasiswa, Bisnis Digital.

