

ABSTRAK

Fenomena belanja *online* (daring) memberikan dampak pada sistem pembayaran baru berbasis elektronik. Aplikasi Shopee memberikan fitur Paylater atau dikenal dengan Shopee Paylater untuk mendapatkan pinjaman atau cicilan yang diperkirakan dapat menjadi salah satu pemicu terhadap perilaku *Impulsive Buying*. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku *Impulsive Buying* pada Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pasundan Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif sehingga data yang digunakan merupakan hasil dari penyebaran angket kepada 100 responden yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menggunakan teori *Uses and Gratification* melalui tiga dimensi yaitu Durasi, Frekuensi, dan Atensi menyebutkan bahwa penggunaan Shopee Paylater berpengaruh secara signifikan dan memberikan pengaruh sebesar 94.4% terhadap perilaku *Impulsive Buying* pada Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pasundan Bandung, sedangkan sisanya 5.6% dipengaruhi oleh variable lain di luar dari variable penelitian ini.

Kata kunci: Penggunaan Shopee Paylater, *Impulsive Buying*.

RINGKESAN

Fenomena balanja online gaduh dampak kana sistem pembayaran dumasar éléktronik anu anyar. Aplikasi Shopee nyayogikeun fitur Paylater atanapi katelah Shopee Paylater pikeun kéngingkeun pinjaman atanapi cicilan anu dianggap salah sahiji pemicu kabiasaan Impulsive Buying. Dumasar kana éta kasang tukang, ieu panalungtikan dilaksanakeun pikeun ngukur sabaraha gedé pangaruh pamakéan Shopee Paylater kana paripolah Impulsive Buying di Komunitas Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

Ieu panalungtikan ngagunakeun métode analisis déskriptif kuantitatif sangkan data anu digunakeun mangrupa hasil ngadistribusikaeun angkét ka 100 réspodén anu nyumponan kritéria. Hasil panalungtikan ngagunakeun téori Uses and Gratification ngaliwatan tilu diménsi nya éta Durasi, Frékuénsi, jeung Perhatian, nuduhkeun yén pamakéan Shopee Paylater miboga pangaruh anu signifikan sarta miboga pangaruh 94,4% kana paripolah Impulsive Buying di Komunitas Akademik Fakultas. Ilmu Sosial jeung Pulitik Universitas Pasundan Bandung, sedengkeun sésana 5,6% dipangaruhan ku variabel séjén di luar variabel ieu panalungtikan.

Kata Kunci: *Pamakéan Shopee Paylater, Impulsive Buying.*

ABSTRACT

The online shopping phenomenon has an impact on new electronic-based payment systems. The Shopee application provides a Pay Later feature or known as Shopee Pay Later to get loans or installments which is thought to be one of the triggers for Impulsive Buying behavior. Based on this background, this research was conducted to measure how much influence the use of Shopee Pay Later has on Impulsive Buying behavior in the Academic Community of the Faculty of Social and Political Sciences at Pasundan University, Bandung.

This research uses quantitative descriptive analysis methods so that the data used is the result of distributing questionnaires to 100 respondents who meet the criteria. The results of research using the Uses and Gratification theory through three dimensions, namely Duration, Frequency and Attention, show that the use of Shopee Pay Later has a significant effect and has an influence of 94.4% on Impulsive Buying behavior in the Academic Community of the Faculty of Social and Political Sciences at Pasundan University, Bandung, while the remaining 5.6% is influenced by other variables outside of the variables of this research.

Keywords: *Use of Shopee Paylater, Impulsive Buying.*