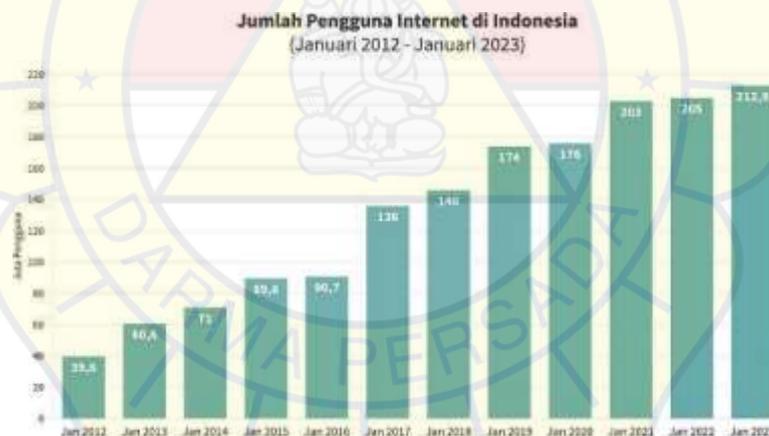


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman membuat kebutuhan dan gaya kehidupan berkembang. Selain itu dengan kemajuan inovasi yang cepat sangat berguna untuk memenuhi kebutuhan dan cara hidup masyarakat. Pada pergantian teknologi saat ini, setiap bagian masyarakat yang lebih besar secara konsisten pasti tidak lepas dari internet baik itu untuk berkomunikasi dengan yang lain, mencari informasi *trend* terkini atau lainnya.



sumber: We Are Social

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2012 - Januari 2023)

Sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar, penduduk di Indonesia telah mengalami peningkatan jumlah dalam penggunaan internet. Pada Januari 2022 ada 205 juta orang di Indonesia yang menggunakan internet. Hal ini menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia sampai Januari

tahun 2023 sudah mencapai 77 persen (212,9 juta orang) yang menggunakan internet. Perkembangan internet ini memudahkan teknologi baru masuk ke Indonesia, salah satunya *Financial Technology* atau *Fintech*. Industri *Financial Technology* (*Fintech*) merupakan salah satu inovasi layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini dan teknologi dengan konsep digitalisasi pembayaran menjadi salah satu sektor dalam industri *Fintech* yang paling berkembang di Indonesia (Marginingsih, 2021).

Tabel 1. 1 Jumlah Transaksi Pengguna Fintech di Indonesia

Tahun	Jumlah Transaksi Pengguna
2019	17.164.192 jt
2020	90.501.344 jt
2021	269.247.972 jt
2022	547.195.849 jt
2023	738.431.533 jt

sumber: ojk (diolah oleh peneliti tahun 2023)

Berdasarkan data dari tabel 1.1 dimana jumlah akun pengguna *fintech* terbanyak di Indonesia selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, secara otomatis transaksi yang menggunakan *platform fintech* juga ikut meningkat di setiap tahunnya. Diketahui dari tabel 1.3 jumlah transaksi yang menggunakan *platform fintech* pada tahun 2019 sebanyak 17,1 juta transaksi lalu mengalami peningkatan 73,3 juta di tahun 2020 menjadi sebanyak 90,5 juta transaksi. Di tahun 2021 juga mengalami peningkatan sebanyak 178,7 juta menjadi 269,2 juta transaksi kemudian di tahun 2022 mengalami peningkatan yang sangat pesat yaitu 277,9 juta menjadi 547,1 juta transaksi dan di tahun

2023 masih mengalami peningkatan sebanyak 191,2 juta menjadi 738,4 juta transaksi. Peningkatan transaksi pengguna *fintech* tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Tabel 1. 2 Jumlah Transaksi Pada Akun Pengguna *Fintech* Terbanyak di Indonesia Berdasarkan Wilayah Periode Januari 2022 - Januari 2023

No.	Wilayah	Tahun		Total per wilayah
		2022	2023	
1.	DKI Jakarta	170.673.984 juta	212.045.900 juta	382.719.884 juta
2.	Jawa Barat	140.381.013 juta	194.061.195 juta	334.442.208 juta
3.	Jawa Timur	54.892.282 juta	76.167.412 juta	131.059.694 juta
4.	Jawa Tengah	41.098.173 juta	57.020.806 juta	98.118.979 juta
5.	Sumatera Utara	12.620.367 juta	18.097.480 juta	30.717.847 juta
6.	Sumatera Selatan	10.850.157 juta	14.786.718 juta	25.636.875 juta
Total per tahun		430.515.976 juta	572.179.511 juta	1.002.695.487 M

sumber: ojk (diolah oleh peneliti tahun 2023)

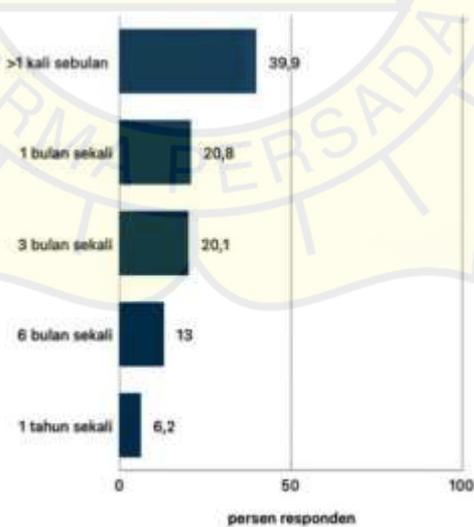
Pada tabel 1.2 menampilkan data akun pengguna *fintech* terbanyak yang berada di enam wilayah Indonesia dan pada tabel 1.4 ini menghasilkan data transaksi pada akun pengguna *fintech* di wilayah tersebut. Di urutan pertama ada wilayah DKI Jakarta dengan total transaksi sebanyak 382,7 juta transaksi dari Januari 2022 sampai Januari 2023. Di urutan kedua ada wilayah Jawa Barat dengan total transaksi dari Januari 2022 sampai Januari 2023 sebanyak 334,4 juta transaksi. Berikutnya di urutan ketiga ada wilayah Jawa Timur dengan total transaksi sebanyak 131 juta transaksi lalu di urutan keempat ada wilayah Jawa Tengah dengan total transaksi sebanyak 98,1 juta

transaksi kemudian di urutan kelima ada wilayah Sumatera Utara dengan total transaksi sebanyak 30,7 juta dan di urutan terakhir ada wilayah Sumatera Utara dengan total transaksi sebanyak 15,6 juta transaksi pada akun pengguna *fintech*. Berdasarkan data dari tabel 1.2 peneliti akan mengambil populasi penelitian di wilayah DKI Jakarta yang menjadi urutan pertama paling banyak dari berbagai wilayah di Indonesia untuk transaksi pada akun pengguna *fintech* terbanyak di Indonesia.

Fintech muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi tuntutan hidup yang serba cepat. Dengan *Fintech*, permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank atau ATM untuk *mentransfer* dana, keengganan mengunjungi suatu tempat karena pelayanan yang kurang menyenangkan dapat diminimalkan. Dengan kata lain, *Fintech* membantu transaksi jual beli, *investasi* dan sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif. *Fintech* telah sepenuhnya mengubah pengalaman pembayaran dengan hanya menggunakan *handphone*. *Fintech* sangat membantu industri keuangan.

Fintech bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi finansial dan memberikan pelayanan keuangan yang prima kepada penggunanya. Kehadiran *fintech* inilah yang kemudian memicu faktor baru dalam fenomena non tunai yakni adanya fenomena aplikasi kredit atau *paylater* yang bisa disebut juga sebagai *buy now pay later* atau BNPL (Panginan dkk, 2020)

Peningkatan *Fintech* ini juga yang membuka jalan bagi model pembayaran digital berbasis kredit seperti *paylater* untuk masuk. Menurut Fajarussalem dkk (2022) penerapan *paylater* yaitu konsumen bisa membeli produk yang diinginkan terlebih dahulu sedangkan untuk pembayaran bisa dilakukan dengan cara mencicil dan membayar lunas pada saat jatuh tempo pinjaman tanpa adanya kartu kredit. Layanan ini memungkinkan konsumen membayar suatu transaksi di kemudian hari, baik dengan sekali bayar maupun dengan cicilan. Fasilitas pinjaman ini juga sering disebut *credit limit*. Metode ini tengah menjadi opsi pembayaran yang menarik bagi masyarakat yang memiliki anggaran terbatas. Dari kawasan Asia Tenggara, khususnya Indonesia bahkan menyediakan lahan yang cukup subur untuk pengembangan bisnis di sektor tersebut. Mulai dari pelaku usaha *Fintech* hingga perbankan turut bersaing di pasar tersebut.



sumber: bisnisindonesia.id

Gambar 1. 2 Pengguna *Paylater* di Indonesia

Frekuensi penggunaan jasa bayar tunda atau *Buy Now Pay Later* (BNPL) terhitung meningkat. Konsep *paylater* telah menjadi salah satu metode pembayaran paling populer di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Pada Maret 2023, Kredivo bersama Katadata Insight Center (KIC) melakukan survei untuk melihat *trend* penggunaan *PayLater* di Indonesia. Hasilnya, dari 6.403 orang pengguna *paylater* yang disurvei, mayoritas atau 39,9% di antaranya menggunakan layanan tersebut lebih dari 1 kali dalam sebulan. Angka ini meningkat cukup tinggi dibanding survei tahun sebelumnya, di mana responden yang menggunakan *paylater* lebih dari 1 kali dalam sebulan hanya 27%.

Adapun dalam survei Maret 2023, proporsi responden yang menggunakan *paylater* 1 bulan sekali mencapai 20,8%, kemudian 3 bulan sekali 20,1%, dan 6 bulan sekali 13%. Sementara, responden yang menggunakan *paylater* 1 kali dalam setahun hanya 6,2%. Survei ini juga menemukan bahwa proporsi konsumen yang sudah menggunakan *paylater* selama lebih dari 1 tahun meningkat, dari 55,9% menjadi 78,6%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak konsumen nyaman menggunakan *paylater* sebagai metode pembayaran.

Kredivo dan KIC melakukan survei ini secara online kepada 6.403 orang pengguna *PayLater* yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. *Paylater* masih terhitung prospektif akan mengalami pertumbuhan seiring dengan gaya hidup masyarakat Indonesia yang selalu mengikuti *trend* terkini. Melihat frekuensi pengguna *paylater* di Indonesia yang meningkat dari tahun 2022 ke

tahun 2023, banyak perusahaan keuangan berlomba-lomba membuat aplikasi dengan fitur *paylater* untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi.



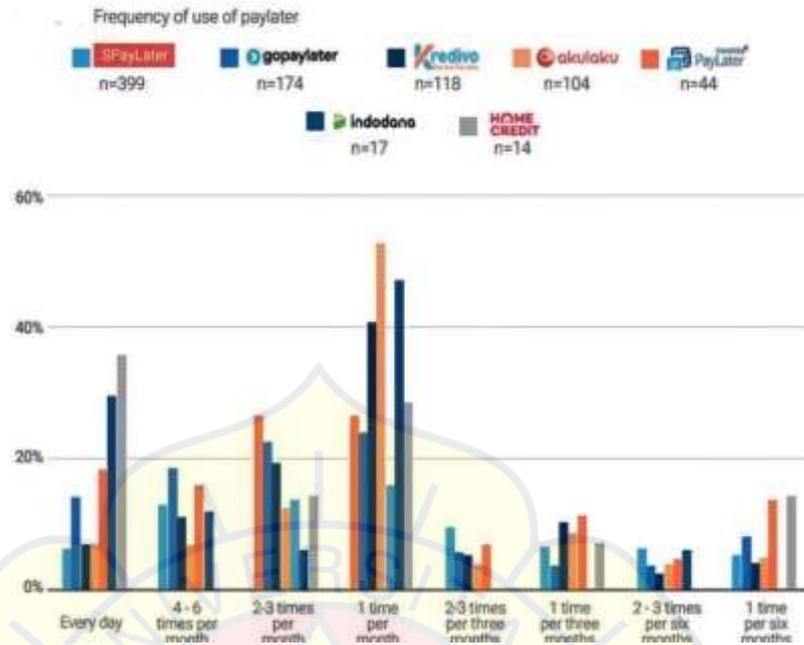
sumber: tirto.id

Gambar 1. 3 Aplikasi *Paylater* Yang Sering Digunakan di Indonesia

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh situs tirto.id pada tanggal 18 Oktober 2022 pada gambar 1.3 diatas, terdapat bermacam-macam *paylater* yang ada di Indonesia. Di urutan pertama ada Shopee *paylater* dengan jumlah persentase sebanyak 77,96% pengguna. Urutan kedua ada Gopaylater dengan jumlah persentase sebanyak 34,91% pengguna. Lalu urutan ketiga ada Kredivo dengan jumlah persentase sebanyak 28,01% pengguna. Di urutan keempat ada Akulaku *paylater* dengan jumlah persentase 27,29% pengguna. Urutan kelima ada Traveloka *Paylater* dengan jumlah persentase 11,64% pengguna. Urutan kelima ada Indodana *paylater* dengan jumlah pengguna 9,37% pengguna. BRI Ceria 6,59% pengguna, Julo 5,87% pengguna, Atome 4,12% pengguna, Kreditmu 3,81% pengguna, dan terakhir ada Vospay 2,99% pengguna.

Dari banyaknya aplikasi *paylater* yang ada di Indonesia, salah satu aplikasi *paylater* yang saat ini cukup berkembang adalah Kredivo. Kredivo adalah aplikasi berbasis *financial technology* yang menyediakan layanan belanja *online* dengan mencicil tanpa menggunakan kartu kredit, dan juga menyediakan dana pinjaman. Walaupun Kredivo berada di urutan ketiga setelah Shopee *paylater* dan Gopaylater, tetapi *paylater* yang ditawarkan Kredivo dapat dipergunakan di toko *offline* bukan hanya di *online* saja. Berbeda dengan Shopee *paylater* dan Gopaylater yang hanya bisa digunakan di aplikasi terkait (Shopee *paylater* di aplikasi Shopee, Gopaylater di aplikasi Gopay).

Kredivo juga telah terdaftar di OJK. Kredivo telah banyak melakukan kerja sama dengan banyak situs *e-commerce*, yaitu Tokopedia, Lazada, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain. Kredivo sendiri mengklaim sebagai suku bunga terendah di pasaran, dengan suku bunga bulanan berkisar antara 0% hingga 2,95% (Destianti dkk, 2021). Tidak hanya fungsi pembayaran, Kredivo juga menawarkan layanan beli sekarang dan *pascabayar* atau *pascabayar* yang digunakan di beberapa bisnis online di Indonesia. Hingga saat ini, layanan pembayaran Kredivo telah terdaftar di 286 *merchant* yang beroperasi di seluruh Indonesia baik secara *online* maupun *offline* (Yudha dkk, 2022).



sumber: katadata.co.id

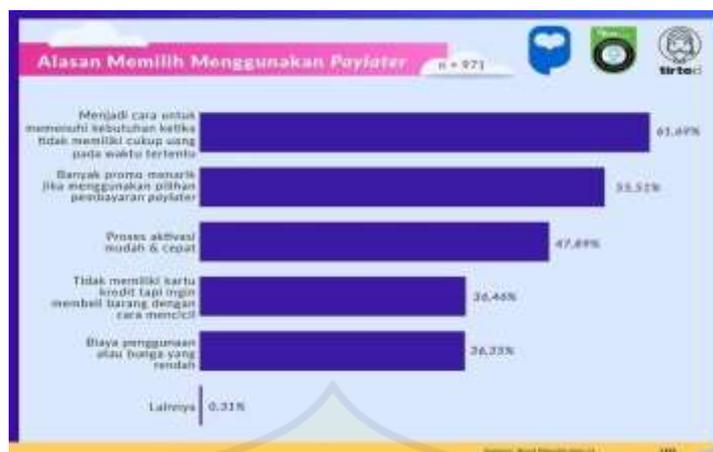
Gambar 1. 4 Frekuensi Transaksi Penggunaan *Paylater*

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh situs katadata.co.id pada tanggal 13 Januari 2022 pada gambar 1.7, menunjukkan frekuensi transaksi dalam menggunakan *paylater* di setiap aplikasi pada kurun waktu yang berbeda-beda. Frekuensi transaksi penggunaan *paylater* ini tidak terlepas dari kondisi dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang *impulsif*. Frekuensi transaksi yang paling sedikit dilakukan dalam penggunaan *paylater* adalah satu kali dalam enam bulan dan transaksi paling sering dilakukan adalah setiap hari. Terdapat peningkatan transaksi yang cukup tinggi dalam waktu satu kali per bulan di setiap aplikasi *paylater*. Transaksi paling tinggi dipimpin oleh Spaylater, kemudian disusul oleh Gopaylater, lalu di urutan ketiga ada Kredivo.

Banyak pengguna yang tidak menyadari bahwa penggunaan *paylater* secara tidak langsung membentuk perilaku buruk, seperti pembelian secara *impulsif*. Menurut *Rook and Fisher* dalam Harahap dkk (2021) pembelian *impulsif* diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis. Dapat dikatakan bahwa *impulse buying* merupakan sesuatu yang alamiah dan merupakan reaksi yang cepat.

Pertumbuhan *paylater* yang semakin pesat di Indonesia tidak terlepas dari kondisi dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang *impulsif*. Hal ini dijadikan strategi pemasaran oleh Kredivo untuk menarik masyarakat Indonesia agar dapat berbelanja menggunakan *paylater* yang disediakan oleh Kredivo. Bukan hanya gaya hidup saja yang mendasari Kredivo untuk menarik masyarakat Indonesia agar memakai *paylater* yang telah disediakan oleh Kredivo, tetapi Kredivo juga memberikan banyak diskon yang tersedia di setiap *merchant* yang telah bekerja sama dengan Kredivo. Meskipun begitu, Kredivo masih belum bisa menduduki posisi pertama dalam kategori aplikasi *paylater* yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Konsumen yang memilih untuk menggunakan *paylater* bukan hanya karena diberikan fasilitas beli sekarang bayar nanti saja, tetapi masih banyak alasan yang mendasari konsumen untuk menggunakan *paylater*.



sumber: tirto.id

Gambar 1. 5 Alasan Konsumen Menggunakan *Paylater*

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh situs tirto.id pada tanggal 18 Oktober 2022 pada gambar 1.4, terdapat beberapa alasan konsumen memilih untuk menggunakan *paylater*. Alasan yang paling banyak dipilih oleh konsumen adalah menggunakan *paylater* untuk memenuhi kebutuhan ketika tidak memiliki cukup uang pada waktu tertentu dengan jumlah persentase sebanyak 61,69%. *Paylater* memberikan kemudahan pada proses pembayaran karena proses pendaftaran dapat dilakukan dengan cepat dan dapat digunakan oleh lebih banyak kalangan. Kemudian, pembeli yang hendak bertransaksi tidak perlu bingung menyiapkan uang tunai yang cukup. Oleh karena itu, pembeli dapat memenuhi kebutuhannya meskipun belum memiliki cukup uang. Selain itu, kenaikan tren gaya hidup masyarakat kerap kali tak diiringi dengan kemampuan finansial yang cukup. Hal ini menunjukkan kebutuhan atau mungkin keinginan masyarakat Indonesia untuk mengakses cara pembayaran dengan metode mencicil atau dengan menunda bayar. Layanan yang sebenarnya ditawarkan kartu kredit, tetapi kurang menjangkau

kebanyakan orang. Hal ini juga yang membuat konsumen memilih alasan yang pertama dalam menggunakan *paylater*.

Alasan kedua konsumen memilih untuk menggunakan *paylater* karena terdapat banyak promo atau diskon yang ditawarkan apabila bertransaksi menggunakan *paylater*. Menurut Astuti (2018) mengutarakan bahwa diskon merupakan potongan harga yang ditawarkan pada konsumen yang disepakati perusahaan. Perusahaan memberikan diskon dengan harapan dan tujuan tertentu, baik nantinya hal tersebut akan menguntungkan konsumen ataupun perusahaan. Selain mendapatkan kebutuhan ketika tidak memiliki cukup uang, konsumen juga bisa mendapatkan banyaknya promo yang disediakan jika bertransaksi menggunakan *paylater*. Hal ini membuat konsumen merasa sangat dipuaskan sebagai pelanggan. Tidak perlu memikirkan biaya untuk membayar karena dapat membayar dengan *paylater* sekaligus mendapatkan promo.

Kemudahan dalam mendapatkan akses pembiayaan dan gaya hidup merupakan dorongan kuat bagi kalangan muda tertarik menggunakan layanan beli sekarang bayar nanti. Gaya hidup adalah suatu kegiatan konsumsi yang dilakukan secara sadar untuk mengatur pilihan terhadap bagaimana cara menghabiskan uang dan waktu (Alamanda, 2018).

Tak bisa dipungkiri lagi, kini gaya hidup lebih didominasi oleh para Gen Z (generasi yang lahir tahun 1996-2010). Bahkan populasinya jadi yang terbanyak di Indonesia. Gen Z mewakili 27,94% dari total populasi Indonesia. Generasi pendahulunya yakni generasi *milenial* di posisi kedua dengan angka 25,87% (BPS Indonesia, 2020). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik

paylater bisa dibilang masuk ke kategori kebutuhan *tersier* atau gaya hidup. Melihat alasan penggunaan layanan *paylater*, dua jawaban yang paling populer bagi Gen Z adalah untuk memenuhi kebutuhan ketika tidak memiliki cukup uang dan banyaknya promo. Melihat karakteristiknya, *paylater* menjadi model cicilan atau menunda pembayaran yang ideal dimanfaatkan oleh generasi muda seperti Gen Z. Namun, di sisi lain hal ini bisa mendorong mereka melakukan pembelian secara *impulsif*.

Paylater telah menjadi salah satu metode pembayaran paling populer di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi *Paylater* ke depan juga didukung oleh kelas menengah yang masih tergerak dalam memenuhi gaya hidup dengan belanja baik secara *offline* maupun *online*, sehingga opsi *Paylater* ini menjadi pilihan yang cukup bagus. Selain gaya hidup, diskon juga dapat memicu terjadinya pembelian *impulsif* dalam era persaingan yang sangat ketat seperti ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga sangat mempengaruhi kemampuan bersaing suatu perusahaan dan mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya.



sumber: instagram Kredivo

Gambar 1. 7 Diskon Yang Ditawarkan di Aplikasi Kredivo

Pada gambar 1.6 terdapat banyak sekali diskon yang ditawarkan oleh aplikasi Kredivo bagi penggunanya. Hal ini dilakukan agar pengguna lama dapat membeli lebih banyak dan mendorong pengguna baru Kredivo untuk meyakinkan atau mencoba produk yang telah lama ada. Kredivo juga sudah bekerja sama dengan banyak *merchant* di toko *online* (*e-commerce*) atau pun *offline*. Sesuai dengan gambar 1.4 dimana alasan kedua konsumen menggunakan *paylater* yaitu karena banyaknya promo menarik. Selain itu diskon cukup mendapat *respon* yang cepat dari konsumen, hal ini dapat dilihat dari antusias konsumen apabila ada diskon pada aplikasi Kredivo. Konsumen lebih memperhatikan produk-produk yang diberi diskon daripada produk-produk dengan harga normal serta juga orang akan melakukan pembelian yang *impulsif* apabila menemukan suatu barang yang terdapat diskon karena sekiranya barang yang sedang diskon lebih murah daripada harga aslinya. Hal ini berdampak pada transaksi pengguna *paylater* yang akan mengalami peningkatan. Konsumen akan melakukan pembelian secara berulang menggunakan *paylater* dalam waktu berdekatan. Bukan hanya saat tidak memiliki dana yang cukup saja tetapi juga saat memiliki dana yang cukup tetapi lebih memilih transaksi menggunakan *paylater* dikarenakan diskon yang ditawarkan sangat menarik konsumen untuk melakukan pembelian secara *impulsif*. Adanya opsi pembayaran *paylater* mendorong orang untuk lebih aktif berbelanja

Kesimpulan yang didapat dari survei yang dilakukan oleh situs tirto.id adalah layanan *paylater* membuat konsumen menjadi semakin *impulsif* saat

berbelanja. Pembelian *impulsif* ini juga didukung oleh gaya hidup dan diskon. Survei ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Bunyamin dkk tahun 2021 dengan judul *Analysis of Lifestyle, Price Discount and Product Quality on Impulsive Buying in Issue Clothing Store* yang menyatakan hasil penelitiannya bahwa gaya hidup, potongan harga, dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian *impulsif*.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mempelajari dan melakukan penelitian pengujian kembali dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pengguna *Paylater* Kredivo Pada Generasi Z Di Kota Jakarta”**.

1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan, dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kemajuan zaman membuat kebutuhan dan gaya kehidupan berkembang. Hal ini membuat banyaknya sistem pembayaran diciptakan salah satunya *paylater*.
2. Dikutip dari survei yang dilakukan oleh *tirto.id*, Kredivo menempati urutan ketiga sebagai aplikasi *paylater* yang sering digunakan di Indonesia setelah *Shopee paylater* dan *Gopaylater*.

3. Konsumen memilih menggunakan *paylater* untuk bertransaksi dikarenakan tidak memiliki cukup uang untuk memenuhi kebutuhannya dan juga karena mendapatkan diskon jika bertransaksi menggunakan *paylater*.
4. Penggunaan *paylater* didominasi oleh Generasi Z yang lahir antara tahun 1997-2010 dan produk yang lebih banyak dibeli menggunakan *paylater* adalah produk tersier.
5. Dikutip dari survei yang dilakukan oleh katadata.co.id, transaksi penggunaan *paylater* Kredivo berada di urutan ketiga setelah Shopee *paylater* dan Gopaylater dalam tabel frekuensi transaksi penggunaan *paylater*.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penelitian ini dibatasi dalam penelitian ini yaitu adapun variabel dalam penelitian ini adalah gaya hidup dan diskon dan pembelian *impulsif*. Dengan lokasi di Kota Jakarta sebagai tempat penelitian, dengan obyek karakteristik responden yaitu pengguna *paylater* Kredivo pada generasi Z yang melakukan pembelian secara *impulsif* dalam kurun waktu minimal 3 kali dalam 1 bulan. Penelitian ini dilakukan pada waktu penelitian yang berlangsung.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pengaruh antara gaya hidup dan diskon terhadap pembelian *impulsif* menggunakan *paylater* Kredivo?
2. Apakah terdapat pengaruh pengaruh gaya hidup terhadap pembelian *impulsif* menggunakan *paylater* Kredivo?
3. Apakah terdapat pengaruh pengaruh diskon terhadap pembelian *impulsif* menggunakan aplikasi *paylater* Kredivo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara gaya hidup dan diskon terhadap pembelian *impulsif* menggunakan *paylater* Kredivo.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap pembelian *impulsif* menggunakan *paylater* Kredivo.
3. Untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap pembelian *impulsif* menggunakan *paylater* Kredivo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat diambil dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis, memberikan tambahan wawasan bagi peminat dan pembaca pada topik pengaruh gaya hidup dan diskon terhadap pembelian *impulsif*.
2. Manfaat Praktis, memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan gaya hidup dan pembelian *impulsif* bagi perusahaan dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijakan perusahaan.

