

## ABSTRAK

**Roni Iskandar, 1218030180, 2025, Pengaruh fitur TikTok *Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat, khususnya di Kelurahan Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh fitur TikTok *Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kelurahan Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung. Fokus utama penelitian ini adalah fenomena meningkatnya perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan bertransaksi melalui fitur *Paylater* di platform sosial media TikTok.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa sering masyarakat menggunakan fitur TikTok *Paylater* dalam bertransaksi, mengukur tingkat perilaku konsumtif masyarakat, serta mengetahui pengaruh penggunaan fitur TikTok *Paylater* terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kelurahan Cipadung, Kecamatan Cibiru, Kota Bandung.

Kerangka berpikir penelitian ini didasarkan pada teori konsumerisme Jean Baudrillard. Baudrillard mengatakan bahwa konsumsi di masyarakat modern tidak lagi didorong oleh kebutuhan nyata, melainkan oleh pencarian makna simbolik dan identitas melalui barang-barang yang dikonsumsi. Pada konteks penelitian ini, teori Baudrillard menjadi dasar untuk menganalisis bagaimana fitur *Paylater* sebagai nilai tanda (*sign value*) perubahan ekonomi digital memengaruhi perilaku konsumtif pada masyarakat Kelurahan Cipadung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden di Kelurahan Cipadung dengan teknik *insidental sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan berbagai uji statistik, termasuk uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji korelasi, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji t, dengan bantuan SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fitur TikTok *Paylater* di masyarakat Kelurahan Cipadung tergolong cukup sering, dengan persentase mencapai 73,06%. Selain itu, perilaku konsumtif masyarakat berada pada kategori cukup intens, dengan persentase sebesar 62,70%. Analisis inferensial mengungkapkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari fitur *Paylater* terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan oleh uji t dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $9,008 > 1,660$  dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Selain itu penggunaan fitur *Paylater* terhadap perilaku konsumtif memberikan kontribusi sebesar 45,3% dan 54,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Temuan ini menunjukkan bahwa fitur TikTok *Paylater* secara nyata memengaruhi peningkatan perilaku konsumtif di masyarakat setempat, yang menjadi perhatian penting dalam konteks perilaku konsumsi di era digital.

**Kata kunci:** TikTok *Paylater*, Perilaku Konsumtif, Masyarakat.