

## ANALISIS SHOPEE PAYLATER DAN SHOPEE GAME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE MAHASISWA UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

Sella Amelia  
Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Jl. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112  
sellaamelia075@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022 Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022 Tanggal diterima: 10 September 2022

### Abstract

*This research is motivated by the phenomenon of the spread of the internet which is the impact of the development of information technology infrastructure. Business processes carried out through the media of information technology and the internet are known as e-commerce. E-commerce is a business that uses virtual space as a place to carry out its operations. The purpose of this study was to analyze the shopee paylater and shopee game on purchasing decisions on e-commerce shopee on shopee application users, students of Nusantara University PGRI Kediri. This research uses a quantitative approach. The sample used in this study was 88 people using the slovin formula. The results of this study indicate: (1) Shopee paylater partially influences purchasing decisions on e-commerce on shopee application users, Universitas Nusantara PGRI Kediri. (2) Partially, the shopee game has an effect on purchasing decisions on e-commerce for shopee application users, Universitas Nusantara PGRI Kediri. (3) Simultaneously, there is an effect of shopee paylater and shopee game analysis on purchasing decisions on e-commerce for shopee application users for Universitas Nusantara PGRI Kediri students.*

**Keywords:** Purchase Decision, Shopee Paylater and Shopee Game

### Abstrak

*Penelitian ini dilatar belakangi adanya fenomena merebaknya internet merupakan dari dampak berkembangnya infrastruktur teknologi informatika. Proses bisnis yang dilakukan melalui media teknologi informasi dan internet dikenal dengan sebutan e-commerce. E-commerce merupakan bisnis yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat melakukan operasionalnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 88 orang menggunakan rumus slovin. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan: (1) Secara parsial shopee paylater berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce pada pengguna aplikasi shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. (2) Secara parsial shopee game berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce pada pengguna aplikasi shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. (3) Secara simultan terdapat pengaruh analisis shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce pada pengguna aplikasi shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.*

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Shopee Paylater dan Shopee Game

### PENDAHULUAN

Penyebaran internet merupakan hasil dari perkembangan infrastruktur teknologi informasi. Dari kejadian ini muncul paradigma baru dalam manajemen bisnis. Proses bisnis yang dilakukan dengan bantuan teknologi informasi dan internet dikenal dengan istilah e-commerce. E-commerce adalah perusahaan yang menggunakan ruang virtual sebagai tempat untuk melakukan operasinya. Hal ini menyebabkan terciptanya pasar elektronik yang dikenal dengan nama marketplace (Yustiani & Yunanto, 2017) [12].

Untuk memperluas pasar virtual, hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan badan usaha dalam e-commerce. Saat ini pertumbuhan e-commerce sangat penting, seiring dengan perubahan pola masyarakat dari belanja secara konvensional menjadi belanja online (Laith Alrubaiee, 2021) [7]. Mengingat juga media sosial di Indonesia berkembang dan aktif digunakan oleh sebagian besar lapisan masyarakat untuk menjalin hubungan

interaktif dengan orang lain, juga telah merangkul banyak kepentingan bisnis yang secara intensif melayani semua kebutuhan hidup masyarakat serta dapat membantu untuk membandingkan produk, harga, dan promosi dalam mengambil keputusan pembelian (Veza, 2019) [11].

Irwansyah (2017) [6] menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebagai berikut: Pertama, faktor budaya memiliki pengaruh yang paling luas dan terdalam. Budaya, subkultur dan kelas sosial sangat penting untuk perilaku pembelian. Budaya adalah penentu utama keinginan dan perilaku. Kedua, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran sosial dan status masyarakat. Ketiga, keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.

Fungsi Paylater sendiri diatur dalam Pasal 1 Nomor (3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.1/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, yang menyatakan bahwa penyediaan layanan dan pinjaman adalah penyediaan layanan keuangan untuk menghubungkan pemberi pinjaman dan peminjam untuk tujuan mengadakan perjanjian pinjaman secara langsung melalui sistem elektronik menggunakan Internet (Fuadi, 2019) [3].

Selain sistem pembayaran shopee paylater, shopee juga memiliki keunggulan lain, yaitu shopee game yang juga telah berhasil menarik minat konsumen para pelanggan. Menurut aturan yang ditetapkan oleh shopee, pengguna yang memainkan fitur game shopee dan menang mendapatkan hadiah dari pihak shopee akan diumumkan dan menerima notifikasi di akun (Shopee, 2022) [9].

Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap pada penelitian terdahulu. Menurut Sofyan et al., (2021) [10] dan Christine Pingkan Sampouw (2019) [1] yang mempengaruhi keputusan pembelian pada e-commerce shopee yaitu persepsi pelanggan. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian lin Ratih Ningcahya (2019) [5] menurutnya yaitu adanya keputusan pembelian pada e-commerce shopee yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Berdasarkan fenomena dan research gap di atas, dapat disimpulkan bahwa keuntungan menggunakan layanan e-commerce pada aplikasi shopee dalam membeli produk hanya cukup mengoperasikan smartphone dari rumah. Oleh karena itu, peneliti terdorong untuk menganalisis tentang shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan data sekunder data primer sekunder diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data primer untuk pertanyaan diperoleh dari responden. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa pengguna e-commerce shopee Nusantara PGRI Universitas Kediri jurusan manajemen angkatan tahun 2018 sejumlah 709 mahasiswa. Lokasi penelitian ini dipilih karena peneliti ingin menganalisis shopee paylater dan game shopee terhadap keputusan pembelian e-commerce shopee pada pengguna shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Rumus slovin dalam penelitian ini digunakan untuk pengambilan sampel, sehingga rentang sampel yang dapat diambil dalam metode slovin adalah 10-20% dari populasi yang diteliti adalah 88 responden.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Uji Normalitas

Berdasarkan nilai hasil uji normalitas sig. 0.136. Jadi ini berarti nilai sig.  $0,136 > 0,05$  dapat disimpulkan nilai residu berdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas. Hal tersebut tampak pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92163739
Most Extreme Differences	Absolute	.196
	Positive	.107
	Negative	-.196
Kolmogorov-Smirnov Z		1.159
Asymp. Sig. (2-tailed)		.136

(Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

### B. Uji Autokorelasi

Hasil nilai uji autokorelasi sebesar 2,003. Nilai signifikansi 0,05 (5%), jumlah sampel penelitian (n) adalah 88, dan jumlah variabel dependen (k) adalah 3, sehingga tabel Durbin Watson mendapatkan  $dL = 1,6071$  dan  $dU = 1,6999$  maka jika nilai  $d$   $1,6071 < 2,003 < 4$ , maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi. Hal tersebut tampak pada tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,751 <sup>a</sup>	,564	,537	1,981	2,003

a. Predictors: (Constant), Shopee Paylater\_Shoppee Game

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

### C. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada 3.4 diatas, dapat diketahui nilai VIF keputusan pembelian sebesar 1.501 Nilai VIF untuk semua variabel menunjukkan bahwa  $< 10$ , dapat disimpulkan hal tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 3.3**  
**Uji Multikolinieritas**

Keterangan	B	Sig	VIF
Shopee Paylater	0,455	0,002	1,501
Shopee Game	0,391	0,021	1,501

(Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

### D. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Regresi (B)	Hitung t	Sig-t	Keterangan
X1 (Shopee Paylater)	0,455	3,458	0,002	Ha 1 Diterima
X2 (Shopee Game)	0,391	2,435	0,021	Ha 2 Diterima
Konstanta (a)				1,505
Nilai Kolerasi (R)				0,751
Nilai Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> )				0,564
F <sub>hitung</sub>				20,724
Signifikan F			0,000	Ha 3 Diterima
Y				Keputusan Pembelian

(Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

Berdasarkan rumus analisis linier berganda pada tabel 3.5 diatas adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

$$Y = 1.505 + 0.455.X_1 + 0.391.X_2 + e$$

Dari persamaan diatas dapat dilihat bahwa memiliki nilai konstan yang positif. sebesar 1.505. Jadi, jika nilai variabel bebas = 0 yang menunjukkan nilai yang berbeda yaitu nilai konstan sebesar 1.505 satuan. Sedangkan persamaan yang terdapat pada nilai b menunjukkan nilai pada b1 sebesar 0.455 dan nilai b2 sebesar 0.391. Nilai tersebut dijelaskan sebagai berikut :

$$a = 1.505$$

Artinya jika shopee paylater (X1) dan shopee game (X2) tidak terjadi perubahan konstan, oleh karena itu keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai sebesar 1.505 tanpa pengaruh variabel bebas yaitu shopee paylater (X1) dan shopee game (X2).

**b1 = 0.455**

Nilai koefisien regresi variabel bebas X1 sebesar 0.455 artinya jika pada variabel bebas lain nilainya tetap dan X1 naik satu satuan, maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,455. Apabila koefisien bernilai positif artinya adanya hubungan positif yang terjadi antara X1 dan Y, dapat disimpulkan bahwa jika semakin nilai X1 naik maka nilai Y juga naik.

**b2 = 0.391**

Nilai koefisien regresi variabel bebas X1 sebesar 0.455 artinya jika pada variabel bebas lain nilainya tetap dan X1 naik satu satuan, maka Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,391. Apabila koefisien bernilai positif artinya adanya hubungan positif yang terjadi antara X1 dan Y, dapat disimpulkan bahwa jika semakin nilai X1 naik maka nilai Y juga naik.

#### E. Uji t (Parsial)

**Tabel 3.5**  
**Uji t (Parsial)**

Variabel	B	T	Sig
Shopee Paylater (X1)	0,455	3,458	0,002
Shopee Game (X2)	0,391	2,435	0,021

(Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

Berdasarkan tabel uji t (parsial) 3.6 diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Variabel shopee paylater X1 secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Y dengan nilai signifikan  $0,002 < 0,05$  maka dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Variabel shopee game X2 berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Y dengan nilai signifikan  $0,021 < 0,05$  maka dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### F. Uji f (Simultan)

**Tabel 3.7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,751	0,564	0,537	1,981

(Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

Berdasarkan tabel 3.7 hasil uji f (simultan) diatas dapat dilihat bahwa memiliki nilai sig sebesar 0,000 yang berarti  $< 0,05$ . Disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi shopee paylater dan shopee game berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

#### G. Koefisien Determinasi (R Square)

**Tabel 3.6**  
**Uji f (Simultan)**

F	Sig	Keterangan
20,724	0,000	Ha diterima

(Sumber: Data diolah peneliti, 2022)

Berdasarkan pada tabel 3.8 diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0.564 artinya bahwa variabel shopee paylater dan shopee game mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 56,4%, sehingga hubungan antara variabel tersebut dikategorikan cukup kuat karena nilai  $R^2 > 0,05$ .

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh shopee paylater terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Berdasarkan hasil penelitian ini, pengaruh shopee paylater terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri menunjukkan adanya pengaruh secara parsial secara signifikan. Variabel shopee paylater (X1) berpengaruh

signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri dengan nilai signifikansi 0,002 yang berarti  $< 0,05$  yang artinya ada pengaruh antara keputusan pembelian.

Shopee paylater adalah metode pembayaran berupa pinjaman instan dengan bunga. shopee paylater dapat diaktifkan jika pelanggan shopee terpilih sebagai pengguna shopee paylater. Untuk mendapatkan shopee paylater ini, pengguna aplikasi harus memenuhi beberapa persyaratan terlebih dahulu. Setelah persyaratan tersebut terpenuhi, pembeli sudah bisa menyelesaikan transaksi pembelian serta memilih shopee paylater sebagai alat bertransaksi. (Shopee, 2022) [9].

Teori di atas dibuktikan oleh lin Cristin Sidabutar (2020) [4] menegaskan bahwa kepuasan pengguna dengan Shopee Paylater berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 3,8%.

## **2. Pengaruh shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri menunjukkan adanya pengaruh positif secara parsial yang signifikan. Variabel shopee game (X2) memiliki pengaruh parsial secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri dengan nilai signifikan 0,021 yang berarti  $< 0,05$ , artinya terdapat pengaruh antara shopee game dengan keputusan pembelian.

Shopee game adalah salah satu fitur di aplikasi shopee dimana anda dapat bermain game dan memenangkan hadiah seperti koin shopee, kupon, cashback, dll sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumennya. Ada beberapa fitur game yang populer yang terdapat di shopee game (Shopee, 2022) [9].

Mengenai teori di atas, sebagaimana dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Fajar Zulhlimi (2021) [2] hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif fitur shopee game pada shopee terhadap interaksi pelanggan di kalangan pelajar di kota Malang sebesar 46,8%.

## **3. Pengaruh shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan. Variabel shopee paylater (X1) dan shopee game (X2) memiliki pengaruh simultan secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri dengan nilai signifikan 0,021 yang berarti  $< 0,05$ , artinya terdapat pengaruh antara shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian.

Schiffman & Kanuk (2015) [8] mendefinisikan keputusan pembelian konsumen sebagai pilihan antara dua atau lebih alternatif, dengan kata lain alternatif tersebut harus tersedia bagi orang tersebut pada saat pengambilan keputusan. Di sisi lain, jika konsumen memiliki alternatif untuk dipilih dan benar-benar dipaksa untuk melakukan pembelian dan tindakan tertentu, situasinya bukanlah keputusan.

Teori di atas didukung oleh penelitian lin Cristin Sidabutar (2020) [4] yang menemukan bahwa kepuasan pengguna dengan shopee paylater berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 3,8%.

## **KESIMPULAN**

Dari rumusan masalah yang telah disampaikan, dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Secara parsial shopee paylater berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce pada pengguna aplikasi shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2) Secara parsial shopee game berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada e-commerce pada pengguna aplikasi shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri, 3) Secara simultan terdapat pengaruh analisis shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce pada pengguna aplikasi shopee Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada pengguna aplikasi shopee mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Maka saran yang diberikan penelitian adalah agar responden selalu menggunakan jasa e-commerce pada shopee paylater yang terdapat pada aplikasi shopee dengan sebaik mungkin.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan meneliti dengan judul analisis shopee paylater dan shopee game terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee pada pengguna aplikasi shopee atau

variabel yang sama, untuk lebih teliti dan detail agar memperoleh hasil yang bervariasi sehingga akan memperluas isu tentang keputusan pembelian melalui lebih banyak sudut pandang.

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] Christine Pingkan Sampouw. 2019. ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MELALUI SITUS BELANJA ONLINE SHOPEE Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Faktor Pengambilan Keputusan Konsumen Melalui Situs Belanja Online Shopee Periode Juli-Desember 2019. Skripsi. Pada Program Studi Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu bina Yogyakarta
- [2] Fajar Zulhilmi. 2021. PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE GAMES TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT PADA KALANGAN MAHASISWA DI KOTA MALANG. Jurnal Nomosleca Unmer Malang
- [3] Fuadi. 2019. Kajian hukum terhadap pengguna paylater dalam pembayaran transaksi anatar konsumen dengan traveloka ditinjau dari POJK nomor 77/POJK.01.2016. Skripsi: Universitas Sumatera Utara.
- [4] Iin Cristin Sidabutar. 2020. PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara
- [5] Iin Ratih Ningcahya. 2020. PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SHOPEE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- [6] Irwansyah. 2017. *Sistem Informasi Geografis: Prinsip Dasar dan Pengembangan Aplikasi*. Yogyakarta : Digibooks.
- [7] Laith Alrubaiee. 2021. Relationship between B2B E-Commerce Benefits, E-Marketplace Usage and Supply Chain Management. *Global Journal of Management and Business Research* . Vol. 12. No. 9.
- [8] Schiffman & Kanuk. (2015). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- [9] Shopee. Fitur Layanan Shopee. <https://shopee.co.id/>. Diakses pada tanggal 13 Juni 2022
- [10] Sofyan, Mohammad. 2021. ANALISIS PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA SHOPEE MALL INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol. 26. No. 3
- [11] Veza. 2019. Perancangan E-commerce untuk Memperluas Produk Komunikasi di PT. Golden Communication Berbasis Web Mobile. *urnal Teknik Ibnu Sina (JT-IBSI)*. Vol.4. No.1
- [12] Yustiani & Yunanto. 2017. Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa : Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2): 43–48.