

Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Transaksi Pembayaran Shopee *Paylater* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri)

Siti Khami Datunnisa¹, Ismayantika Dyah Puspasari²
Universitas Nusantara PGRI Kediri

khamidatunnisak.02@gmail.com, ismayantika@unpkediri.ac.id¹

Tanggal Masuk :	Informasi artikel :	Tanggal diterima:
6 September 2024	Tanggal Revisi : 10 September 2024	15 September 2024

Abstract

This study aims to determine the effect of convenience, benefits, risk perception on purchasing decisions using shopee paylater payment transactions in a study of Nusantara PGRI Kediri University Students partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach method with causal techniques. In determining the number of samples using non-probability sampling techniques with accidental sampling using a google form containing statements, then the data is processed using namely instrument testing (including validity and reliability tests), classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, hypothesis tests including T tests, F tests, determination coefficient tests. The results of the overall tests that have been carried out on all variables of convenience, benefits and risk perceptions on purchasing decision variables in this study, it can be concluded that convenience has a significant effect on purchasing decisions using the shopee paylater payment transaction method.

Keywords: *convenience, benefits, risk perception, purchasing decisions*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater* studi pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik kausal. Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *accidental sampling* menggunakan *google form* yang berisi pernyataan, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 85 responden. Selanjutnya data diproses menggunakan yaitu uji instrument (meliputi uji validitas, reliabilitas), uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis yang meliputi uji T, uji F, uji koefisien determinasi. Hasil dari keseluruhan uji yang telah dilakukan pada seluruh variabel kemudahan, manfaat dan persepsi risiko terhadap variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode transaksi pembayaran shopee *paylater*.

Keywords: kemudahan, manfaat, persepsi risiko, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang pesat telah mengubah budaya ekonomi masyarakat Indonesia, dimana mereka yang dulunya setiap berbelanja harus datang ke toko. Namun dengan adanya sebuah teknologi berupa *e-commerce* mereka cukup melihat handphone untuk berbelanja tanpa datang ke toko barang yang dibeli bisa sampai rumah mereka. Adapun *e-commerce* yang sedang berkembang di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli dan lain sebagainya. Namun pada saat ini *e-commerce* yang banyak dikunjungi adalah shopee, karena shopee banyak memberikan timbal balik yang baik kepada para penggunanya, sehingga banyak yang tertarik untuk menggunakan shopee setiap bulannya [1].

Keberhasilan shopee dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen Indonesia membuatnya menjadi pilihan utama dalam dunia *e-commerce*. Shopee juga memudahkan penggunanya dalam metode pembayaran, misalnya adanya fitur pembayaran shopeepay, *Cash on delivery* (bayar ditempat), transfer via bank dan shopee *paylater*. Yang paling special dari fitur pembayaran lainnya adalah shopee *paylater*. Dimana shopee *paylater* memberikan konsumen pilihan untuk berbelanja tanpa harus membayar secara langsung pada saat transaksi, melainkan dengan memberikan keleluasaan untuk membayar dalam jangka waktu tertentu, yang dapat mencakup rentang waktu satu hingga dua belas bulan. selain itu proses registrasi yang sederhana menjadikan shopee *paylater* menarik bagi calon pengguna dengan waktu pendaftaran yang singkat serta adanya pengawasan transaksi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk memberikan rasa aman dan keamanan bagi pengguna. Sehingga, fitur pembayaran ini cocok digunakan oleh konsumen yang sedang mengalami krisis keuangan ketika ingin berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mereka. dalam hal tersebut mendorong para konsumen untuk melakukan keputusan pembelian [2].

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu untuk dan akhirnya konsumen melakukan pembelian produk yang mereka sukai [3]. Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, seperti harga dan kualitas, tetapi juga oleh faktor emosional, preferensi pribadi, dan pengalaman sebelumnya. Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh iklan, ulasan produk, rekomendasi dari teman atau keluarga, serta pengalaman langsung dengan produk atau layanan tersebut [4].

Kemudahan mencakup sejauh mana suatu metode pembayaran dapat diakses dan dilakukan tanpa adanya hambatan yang signifikan. Dalam pembayaran online kemudahan juga dapat diartikan dari segi proses registrasi yang sederhana, persyaratan dokumen yang minimal, dan waktu yang dibutuhkan untuk mengaktifkan suatu layanan pembayaran. Selain itu, shopee *paylater* juga memberikan kemudahan dalam pemilihan jangka waktu pembayaran cicilan dan batasan limit yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan memberikan kemudahan ini diharapkan konsumen merasa terbantu dan termotivasi untuk memilih Shopee dalam aktivitas belanja online mereka. Sebuah sistem pembayaran dianggap mudah jika dapat diakses dengan cepat, meminimalisir langkah-langkah yang rumit, dan memberikan pengalaman transaksi yang lancar bagi pengguna [5].

Manfaat adalah segala sesuatu yang memberikan keuntungan atau nilai positif bagi individu atau kelompok. Dalam konteks umum, manfaat mencakup hasil positif atau keuntungan yang diperoleh dari suatu tindakan, keputusan, atau penggunaan suatu produk atau layanan [6]. Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat adalah tingkat dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan kinerjanya. Sehingga manfaat menggunakan shopee *paylater* dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya. Oleh karena itu, semakin besar keuntungan yang diperoleh pembeli nantinya, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakannya. Manfaat yang diyakini masyarakat akan diperoleh dari penggunaan teknologi informasi [7].

Persepsi risiko adalah potensi terjadinya kerugian atau dampak negatif yang dapat timbul dari suatu tindakan, keputusan, atau situasi tertentu. Risiko dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk ketidakpastian, kegagalan, atau kerugian finansial. Dalam konteks pengambilan keputusan, individu atau organisasi perlu mempertimbangkan risiko untuk menghindari atau mengurangi kemungkinan terjadinya dampak negatif. Keadaan yang melibatkan ketidakpastian secara otomatis mengandung risiko. Dalam situasi berisiko, diperlukan kepercayaan diri agar para pihak siap untuk bertindak. Kurangnya kepercayaan dianggap sebagai penghalang untuk menggunakan *paylater*. Kepercayaan mengacu pada keyakinan pelanggan bahwa janji perusahaan kepada pelanggan dapat dipercaya, dan menawarkan tindakan yang saling menguntungkan terkait dengan perusahaan [8].

Penelitian yang dilakukan oleh [9] Akbar yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Shopee *Paylater* Di Solo Raya, menunjukkan hasil penelitian bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan risiko

berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi *paylater*. Penelitian yang dilakukan oleh [10] Adirinarso menyatakan bahwa penggunaan shopee *paylater* membawa sejumlah manfaat yang signifikan bagi konsumen dalam konteks keputusan pembelian. Pertama-tama, fitur *paylater* memungkinkan konsumen untuk berbelanja secara fleksibel tanpa perlu membayar secara langsung pada saat transaksi. Hal ini memberikan keleluasaan finansial, terutama dalam situasi di mana konsumen mungkin membutuhkan barang atau layanan tertentu namun tidak ingin langsung mengeluarkan uang secara penuh. Berdasarkan kajian diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, persepsi resiko terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi shopee *paylater* studi pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan teknik kausal. Tujuan kausal adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah menggunakan fitur permbayaran shopee *paylater* dengan jumlah yang belum diketahui. Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *accidental sampling* untuk teknik pengambilan sampelnya. Untuk pengambilan sampel menggunakan rumus (Hair, et al 2017), dimana jumlah minimum sampel yang digunakan yaitu 5-10 kali dari jumlah indikator. Sehingga jumlah indikator sebanyak 17 dikali 5 ($17 \times 5 = 85$). Jadi melalui perhitungan tersebut, jumlah sampel yang didapat sebesar 85 responden. Data dikumpulkan melalui studi literatur dan kuesinoer online menggunakan google form yang berisi pernyataan, selanjutnya data diproses menggunakan program SPSS versi 26. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrument (meliputi uji validitas, reliabilitas), uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis yang meliputi uji T, uji F, uji koefisien determinasi.

Berikut Hasil Uji Instrumen pada data kuesinoer sebagai berikut

a) Uji Validitas

Uji validitas memiliki kegunaan ialah untuk valid atau tidak dalam pengukuran keusioner tersebut. Untuk tingkat validitas dilakukan dengan uji signifikansi 5% jika probabilitasnya $< 0,05$ maka pernyataan tersebut valid. Sebaliknya jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka pernyataan tersebut tidak valid. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel untuk *degree or freedom* (df) = n-2, dimana (n) jumlah sampel penelitian. Maka nilai df = $85 - 2 = 83$, yaitu pada r tabel 0,179 Berikut ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	item	Corrected Item-Total	R Tabel	Keterangan
Kemudahan	X1.1	0,506	0,179	Valid
	X1.2	0,462	0,179	Valid
	X1.3	0,616	0,179	Valid
	X1.4	0,402	0,179	Valid
	X1.5	0,389	0,179	Valid
	X1.6	0,440	0,179	Valid
	X1.7	0,409	0,179	Valid
	X1.8	0,383	0,179	Valid
	X1.9	0,472	0,179	Valid
	X1.10	0,454	0,179	Valid
Manfaat	X2.1	0,605	0,179	Valid
	X2.2	0,601	0,179	Valid
	X2.3	0,527	0,179	Valid
	X2.4	0,600	0,179	Valid
	X2.5	0,570	0,179	Valid
	X2.6	0,494	0,179	Valid
	X2.7	0,527	0,179	Valid
	X2.8	0,398	0,179	Valid

Variabel	item	Corrected Item-Total	R Tabel	Keterangan
Persepsi Risiko	X3.1	0,483	0.179	Valid
	X3.2	0,598	0.179	Valid
	X3.3	0,271	0.179	Valid
	X3.4	0,667	0.179	Valid
	X3.5	0,619	0.179	Valid
	X3.6	0,348	0.179	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,687	0.179	Valid
	Y.2	0,412	0.179	Valid
	Y.3	0,323	0.179	Valid
	Y.4	0,608	0.179	Valid
	Y.5	0,628	0.179	Valid
	Y.6	0,547	0.179	Valid
	Y.7	0,547	0.179	Valid
	Y.8	0,563	0.179	Valid
	Y.9	0,368	0.179	Valid
	Y.10	0,371	0.179	Valid

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil validitas dengan jumlah 85 responden dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan mengenai kemudahan, manfaat, persepsi risiko dan keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee *paylater* yang diajukan untuk responden mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri adalah valid karena dilihat dari tingkat signifikan $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrument untuk mengukur data penelitian.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat taraf kepercayaan dari angket yang telah disebar. Untuk mengetahui reabilitas dapat menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yang berfungsi melihat kompleksitas tugas, tekanan, pengetahuan peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan nilai $> 0,60\%$, berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha ($>0,60$)	Keterangan
Kemudahan	0,650	Reliabel
Manfaat	0,667	Reliabel
Persepsi Risiko	0,639	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,675	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah, 2024

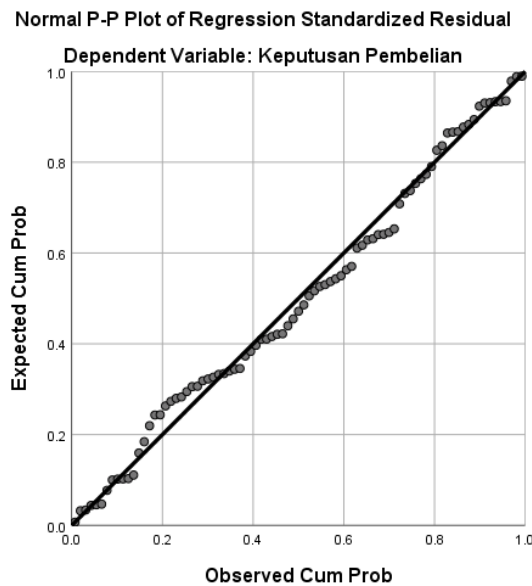
Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan, bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* dari penelitian ini $> 0,60$ sehingga menunjukkan bahwa data tersebut reliabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Peneliti menggunakan teknik normalitas dengan diagonal grafik normal *probability plot of regression standardized*, untuk dapat mendeteksi apakah pendistribusian tersebut normal atau tidak menggunakan dasar, dengan hasil sebagai berikut :



Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Gambar 1 Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan, bahwa penyebaran data tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel independent mempunyai distribusi yang normal.

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

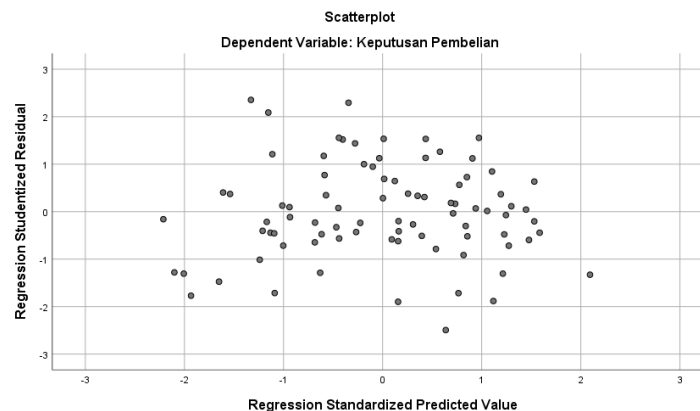
Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan	0,996	1,004
	Manfaat	0,997	1,003
	Persepsi Risiko	0,999	1,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa, nilai VIF yaitu 1,004, 1,003, 1,001 kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian ini. Artinya antara variabel-variabel bebas: kemudahan (X1), manfaat (X2), persepsi risiko (X3) tidak saling mengganggu atau mempengaruhi.

c) Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Gambar 2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar diatas, dapat diamati, bahwa titik-titik berpola tertentu seperti bergelombang, melebar dan kemudian menyempit. Hal tersebut mengindikasikan bahwa model regresi ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Tabel 4 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.416 ^a	.173	.142	4.901	1.156

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Nilai Durbin Watson pada model summary adalah sebesar 1,156. Karena nilai 1,156 berada diantara -2 sampai +2, maka hasil pada penelitian ini tidak ada autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5 Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Standardized Coefficients Beta		t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	VIF	
1	(Constant)	14,243	6,483		2,197	0,031		
	Kemudahan	0,366	0,110	0,336	3,322	0,001	0,996	1,004
	Manfaat	0,253	0,117	0,219	2,163	0,033	0,997	1,003
	Persepsi Risiko	0,108	0,171	0,064	0,633	0,528	0,999	1,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

$$Y=14,243 + 0,366 X1 + 0,253 X2+ 0,108 X2 + e$$

Persamaan diatas memiliki makna berikut nilai konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 14,243 menyatakan jika variabel kemudahan (X1), manfaat (X2), persepsi risiko (X3) sama dengan 0 maka keputusan pembelian (Y) sebesar 14,243. Koefisien variabel kemudahan (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,366. Hal ini menunjukkan jika kemudahan mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,366 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Koefisien variabel manfaat (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,253. Hal ini menunjukkan jika manfaat mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,253 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Koefisien variabel persepsi risiko (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,108. Hal ini menunjukkan jika persepsi risiko mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,253 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

3. Uji Hipotesis

a) Uji t

Tabel 6 Uji t

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2,197	0,031
	Kemudahan	3,322	0,001
	Manfaat	2,163	0,033
	Persepsi Risiko	0,633	0,528

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dari perhitungan yang ditunjukkan pada tabel dapat dijelaskan bahwa pengujian variabel kemudahan (X1) diperoleh nilai t sebesar 3,322 > t tabel (1,989) dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,05. Dengan demikian variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti H1 diterima. Pengujian variabel manfaat (X2) diperoleh nilai t sebesar 2,163 > t tabel (1,989) dengan tingkat signifikan 0,033 < 0,05. Dengan demikian variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini H2 diterima. Pengujian variabel persepsi risiko diperoleh nilai t sebesar 0,633 < t tabel (1,989) dengan tingkat signifikan 0,528 > 0,05. Dengan demikian variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan pengguna lebih memperhatikan adanya persepsi risiko dari metode pembayaran *shopee paylater*.

b) Uji F

Tabel 7 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	406.371	3	135.457	5.639	.001 ^b
	Residual	1945.817	81	24.022		
	Total	2352.188	84			

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel hasil pengujian dengan uji F diatas, didapatkan angka F hitung antara kemudahan, manfaat, persepsi risiko terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian sebesar 5,639 dan nilai probabilitas sebesar 0,001 lebih kecil dibandingkan taraf signifikan 0,05, artinya variabel kemudahan, manfaat, persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.416 ^a	0,173	0,142	4,901
a. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Manfaat, Kemudahan				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan uji diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,173 artinya bahwa 17,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor kemudahan, manfaat dan persepsi risiko. Sedangkan 82,7% sisanya dijelaskan oleh variabel yang lain yang tidak terdapat pada penelitian ini, misalnya seperti kepercayaan, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan sebagainya.

PEMBAHASAN

1. Kemudahan Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dapat diartikan bahwa responden merasa dimudahkan, karena metode pembayaran shopee *paylater* tidak memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya, mudah dimengerti untuk cara menggunakannya sehingga responden dapat memenuhi kebutuhannya. Kemudahan serta metode pembayaran cukup mudah dan diskon yang ditawarkan shopee *paylater* sangat menarik sehingga memikat responden untuk melakukan keputusan pembelian. Kemudahan merupakan suatu ukuran dimana orang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tidak menggunakan banyak usaha melainkan mudah untuk digunakan (Jugiyanto dalam Farhan, 2023). Pada saat pengambilan keputusan pembelian, kemudahan dalam menggunakan metode shopee *paylater* akan menjadi sebuah nilai penting karena dapat menyederhanakan proses pembelian sehingga mudah diterapkan dalam setiap transaksi, dan cara pendaftarannya yang cukup mudah dan cepat membuat sehingga dapat memudahkan pengguna yang sedang belajar dan bekerja tetap bisa menggunakannya.

Temuan penelitian ini sama seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Yunivela (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode shopee *paylater*, karena shopee *paylater* diyakini dapat mengurangi usaha seseorang dalam mempelajari suatu

teknologi sebab sistem tersebut mudah untuk dipahami. Sejalan dengan penelitian Zein (2023), dimana shopee *paylater* untuk cara pengaplikasiannya sangat mudah serta shopee *paylater* dinilai dapat mengontrol pengeluaran konsumen dalam kurun waktu tertentu. Selain itu ada beberapa penelitian yang mendukung penelitian ini diantaranya dilakukan oleh Ike Kusdyah Rachmawati (2019) dan Inggardini Asarila Canestren (2021) yang hasil penelitiannya sama-sama menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi shopee *paylater* (studi pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri).

2. Manfaat Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan responden memandang bahwa metode pembayaran shopee *paylater* memiliki nilai guna pada saat melakukan belanja online, dimana ketika responden membutuhkan suatu barang tetapi sedang tidak memiliki uang, shopee *paylater* menjadi solusi yang bisa diandalkan, sebab shopee *paylater* memiliki sistem beli sekarang dan bayar nanti tanpa menunggu terkumpulnya uang sehingga dapat menunjang aktivitas responden. Menurut Jugiyanto dalam Adirinarso (2023) manfaat dalam penggunaan didefinisikan sejauh mana seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi mereka mendapatkan manfaat atau keuntungan, serta kinerja dan produktifitas pengguna teknologi informasi akan meningkat karena pekerjaan dapat diselesaikan dengan waktu yang lebih singkat. Semakin banyak manfaat yang dirasakan oleh konsumen atas suatu hal, maka akan semakin tinggi pula minat konsumen akan menggunakan sistem tersebut

Hal ini telah dibuktikan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aminatus Zahro (2023) dan Purnamasari (2021) yang menyatakan bahwa manfaat memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode shopee *paylater*. Maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater* (studi pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri).

3. Persepsi Risiko Tidak Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dikarenakan para responden merasa takut dan khawatir dalam menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*, mereka merasa jika bertransaksi dengan metode pembayaran shopee *paylater* akan mendatangkan kerugian dan rasa tidak aman ketika bertransaksi. Namun disamping itu responden tetap menggunakan shopee *paylater* karena harus memenuhi kebutuhannya dalam menunjang pembelajaran, selain itu mereka disaat menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater* mendapatkan promo dan diskon yang menarik sehingga memutuskan untuk tetap menggunakan shopee *paylater*.

Hal ini didukung oleh penelitian Purnamasari (2021) dan Zein (2023) yang menyebutkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*. Risiko merupakan sebuah upaya pengguna untuk mengenali suatu kemungkinan bahwa tindakan seseorang akan mengalami kerugian atas perbuatannya karena ketidakpastian dari sesuatu yang diambil. Persepsi risiko merupakan tolak ukur manfaat dan kemudahan yang dirasakan seseorang sebelum membeli produk atau jasa berdasarkan tujuan konsumen (Romandhon et al., 2023). Maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater* (studi pada mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri).

4. Kemudahan, Manfaat, Persepsi Risiko secara Bersama-sama Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji f diperoleh nilai dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan, manfaat, persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*. Maka semakin meningkatnya variabel kemudahan, manfaat dan persepsi risiko maka akan meningkat juga keputusan mahasiswa untuk membeli menggunakan shopee *paylater*.

Hal ini didukung oleh penelitian Inggardini Asarila Canestran (2021) yang hasilnya menunjukkan variabel kemudahan dan risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan Meta Adha Arista (2023) yang menunjukan variabel manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan

metode pembayaran *paylater*.

Berdasarkan hasil uji R^2 ketiga diketahui bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 17,3% sedangkan 82,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Misalnya seperti kepercayaan, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan sebagainya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima artinya kemudahan, manfaat dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode transaksi pembayaran shopee *paylater*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari keseluruhan uji yang telah dilakukan pada seluruh variabel kemudahan, manfaat dan persepsi risiko terhadap variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode transaksi pembayaran shopee *paylater*. Manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode transaksi pembayaran shopee *paylater*. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode transaksi pembayaran shopee *paylater*. Kemudahan, manfaat, dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode transaksi pembayaran shopee *paylater*.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi shopee dalam menyediakan layanan *paylater* untuk jangka panjang dalam pengembangan aplikasi agar dapat meningkatkan kualitasnya dan lebih memperhatikan aspek kemudahan, manfaat, dan persepsi risiko supaya memperluas penggunaannya. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi masyarakat sebelum menggunakan fitur pembayaran *paylater* dari tingkat kemudahan, manfaat, dan persepsi risiko sehingga pengguna/masyarakat akan selalu merasa diuntungkan dan dimudahkan tanpa adanya hal yang dapat merugikan dimasa yang akan datang akibat penggunaan layanan shopee *paylater*.

Dalam penelitian ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian masih banyak kekurangan dan keterbatasan. oleh karena itu, penulis berharap agar para peneliti selanjutnya dibidang yang sama dapat mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dengan memilih objek lain. Tentunya dengan menggunakan objek yang lebih luas akan menambah lebih banyak variabel yang dapat dipelajari seperti kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode transaksi pembayaran shopee *paylater*.

DAFTAR RUJUKAN

- [1]. Aisah S. S1_Feb_21801081343_Siti Aisah. 2022;
- [2]. Nurhasanah L. Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Pada Masyarakat Surakarta). Fak Ekon dan Bisnis Islam Univ Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta [Internet]. 2023;4(1):88–100. Available from: https://eprints.iain-surakarta.ac.id/7876/1/SKRIPSI_LARASATI_NURHASANAH_FEBI.pdf
- [3]. Muchlisin MK. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. Fak Ekon Dan Bisnis Univ Muhammadiyah Sumatera Utara Medan [Internet]. 2021;1–141. Available from: http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/16429/SKRIPSI_MAYANI_KURNIANTY_MUCHLISIN.pdf?sequence=1
- [4]. Yenni Arfah. Keputusan Pembelian Produk. 2022. 44 p.
- [5]. Rodiah S. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang Skripsi. Pap Knowl Towar a Media Hist Doc. 2020;5(2):40–51.

-
- [6]. Hidayanti N dkk. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee *Paylater* Melalui Financial Technology Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *J Mhs Kewirausahaan*. 2023;2(7):1471–89.
- [7]. Adirinarso D. Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Risiko, Dan Legalitas Terhadap Minat Menggunakan Fitur *Paylater* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Yogyakarta). *Nucl Phys [Internet]*. 2023;13(1):104–16. Available from: [http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/1849/1/111931079_Ringkasan_Skripsi_111931079_Fiki Surya Kurniawan.pdf](http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/1849/1/111931079_Ringkasan_Skripsi_111931079_Fiki_Surya_Kurniawan.pdf)
- [8]. Akbar R. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Shopee *Paylater* Di Solo Raya. *J Ilm Wahana Pendidik [Internet]*. 2023;9(1):279–89. Available from: <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JREA/article/view/645>
- [9]. Zein Af. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). 2023;1–14. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- [10]. Meta Adha Arista. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Metode Pembayaran Pay Later Di Surabaya. 2023; Available from: https://repository.hangtuah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5942&keywords=