Simposium Manajemen dan Bisnis III
Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri
E-ISSN: 2962-2050, Vol. 3, 2024

PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN SHOPEE *PAYLATER*

Rosha Yunita Tri Marbella[1], Ema Nurzainul Hakimah[2], Sigit Ratnanto[3]
[1),2),3)] Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
roshabella38@gmail.com

Informasi Artikel
Tanggal Masuk : 30/06/2024 Tanggal Revisi : 04/07/2024 Tanggal Diterima : 10/07/2024

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the perceived risk, usability, and dependability of the Shopee Paylater payment option, as well as the individual and combined effects of these factors on purchase decisions. The study employs quantitative methodologies and use SPSS version 23 to analyze data using multiple linear regression. Purposive sampling, a non-probability sampling technique, is utilized. The findings reveal that factors such as convenience and trust significantly influence consumers' decisions to use Shopee Paylater for purchases. While purchasing decisions with traditional payment methods are influenced by convenience, trust, and risk factors, the risk factor does not have the same impact when using Shopee Paylater. The study's independent variables, with a coefficient of determination of 0.321, explain 32.1% of the variance in the dependent variable; variables not examined in this analysis account for the remaining amount.
Keywords: Convenience, Trust, Risk, Purchase Decision, Shopee Paylater

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki risiko, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan metode pembayaran Shopee Paylater. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif; analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, selain itu, teknik purposive sampling, metode pengambilan sampel tanpa probabilitas digunakan. Menurut hasil penelitian, meskipun risiko tidak signifikan, kemudahan dan kepercayaan memengaruhi keputusan pembelian Shopee Paylater. Secara umum, faktor- faktor seperti kemudahan, kepercayaan, dan tingkat risiko memengaruhi keputusan pembelian. Dengan nilai koefisien determinasi 0,321, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang diteliti bertanggung jawab atas 32,1% variasi dalam keputusan pembelian. Faktor-faktor tambahan yang belum dibahas dalam penelitian ini mempengaruhi variasi residual.
Kata Kunci: Kemudahan, Kepercayaan, Risiko, Keputusan Pembelian, Shopee *Paylater*

PENDAHULUAN

Di Indonesia pemakaian teknologi informasi membuat operasional bisnis menjadi lebih mudah, masyarakat yang sebelumnya membeli produk secara *offline* kini bisa berbelanja online dan ada banyak kemudahan. Belanja online telah mengubah perilaku pembelian konsumen, yang sebelumnya hanya membeli langsung di mall, pasar, dan gerai. Mulai sekarang dapat berbelanja online yamg dapat diakses dari rumah mereka sendiri. Hal ini menjadi tantangan dan peluang besar bagi perusahaan *e-commerce* untuk berkembang meningkatkan di Indonesia [1]. *e- commerce* di Indonesia diawali dari muculnya IndoNet sebagai penyedia layanan Internet IndonesiaDengan munculnya IndoNet, teknologi yang berguna untuk bisnis Internet dimulai. Pada tahun 1996, *Diviacom Intrabumi (D-Net)*, yang diakui menjadi *pionir* dalam penjualan dan pemasaran melalui Internet, merupakan kabar baik bagi bisnis dan konsumen. Namun, penggunaan situs web ini pada awalnya hanya untuk tujuan informasi saja. Selain itu, pembayaran antara pembeli dan penjual harus dilakukan melalui *Cash On Delivery* (COD).Proses pembayaran mengalami kemajuan secara global, termasuk di Indonesia, berkat hadirnya *financial technology (FinTech)*. Kehadiran *fintech* diharapkan sanggup memudahkan transaksi keuangan. Perusahaan fintech dan *e-commerce* ini meningkatkan opsi pembayaran *online* berbasis pulsa, yakni *PayLater*. Salah satu cara untuk membayar pinjaman online adalah *PayLater*, yang tidak membutuhkan kartu kredit. Sistemnya hampir mirip dengan sistem kredit bank biasa. Pengguna yang menggunakan PayLater dapat memilih untuk membayar satu kali dan mencicil pembayaran di kemudian hari. Pembayaran digital tersedia dengan metode baru ini selain transfer seluler, kartu

kredit, dan kartu debit. Paylater memiliki banyak keunggulan, seperti mudah digunakan dan efektif dan dapat digunakan untuk menyelesaikan kebutuhan mendesak. Selain itu, ada banyak keuntungan, seperti komisi gratis. Mendasari manfaat Paylater yang mudah dan efisien, harus diakui bahwa terdapat risiko yang terkait dengan penggunaan Paylater, termasuk suku bunga pinjaman yang sangat tinggi, utang, dan risiko keamanan data pengguna. Pengguna harus mempelajari hal ini dan bersiap menghadapi segala risiko seandainya menggunakan Paylater [2].

Saat ini, banyak *platform e-commerce* menyediakan opsi pembayaran menggunakan kartu, seperti shopee, gopay, kredivo, tokopedia, akulaku, traveloka, dan lain-lain. Karena umpan balik pelanggan yang luar biasa dari segi kualitas dan pelayanan, dan jumlah peminat yang terus meningkat setiap bulan, Shopee menjadi pusat pengembangan *e-commerce*. Aplikasi mobile Shopee memudahkan pelanggan mencari, membeli, dan menjual barang langsung melalui perangkat seluler mereka [3]. Selain itu, pilihan pembayaran sederhana seperti transfer bank, cash on delivery, Shopeepay, dan Shopee Paylater. Shopee Paylater, produk layanan keuangan yang dikembangkan oleh Shopee Internasional Indonesia dan PT Commerce Finance, adalah fitur paling menonjol dari Shopee. Pembayaran dapat dilakukan melalui tampilan Paylater di *platform e-commerce* Shopee.

Saat ini, sering terjadi bahwa mahasiswa yang tinggal jauh dari keluarga menghadapi keterbatasan uang saku, yang membuat kehidupan mereka menjadi sulit. Ketika seseorang menjadi mahasiswa, kebutuhan semakin beragam. Ini mencakup dengan kebutuhan dasar seperti tempat tinggal dan makan, serta kebutuhan untuk menjalani hidup. Jika mahasiswa tidak memiliki cukup uang, Shopee Paylater ini tentunya akan sangat berguna dan memudahkan mahasiswa yang mengalami kesulitan keuangan untuk memenuhi tujuannya dalam mengambil keputusan pembelian.

Faktor pendorong ialah kemudahan, yang menarik bagi pengguna. Teknologi media dapat digunakan dengan mudah di platform populer dan banyak digunakan. Shopee Paylater menyediakan layanan pembayaran yang mudah digunakan, apalagi layanan dari Shopee Paylater jauh lebih sederhana dibandingkan Paylater. Selama memiliki akun Shopee dan E-KTP yang tervalidasi minimal 3 bulan, selanjutnya pengguna dapat daftar di Shopee. Akan tetapi berbanding terbalik pada penelitian [4], Kemudahan penggunaan tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan karena secara parsial tidak mempengaruhi. Pelanggan yang menggunakan paylater biasanya melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan mereka untuk membayar dan kemudahan sistemnya.

Kepercayaan menjadi faktor yang penting yang membantu konsumen dalam bertransaksi, khususnya dalam pembayaran digital. Kepercayaan pada *fitur* shopee paylater akan memutuskan untuk keputusan pembelian konsumen. Pada saat ini, kasus penipuan online sudah menjadi hal yang lumrah, terutama pada transaksi penjualan dan peminjaman yang dilakukan melalui *platform e-commerce*. Jika konsumen pepercayaan terhadap fungsi shopee paylater. Hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada penelitian [5] yang menyatakan keputusan untuk menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan konsumen.

Risiko juga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian, khususnya terkait dengan penggunaan pinjaman Shopee Paylater. Konsumen dapat memilih opsi pembayaran jangka waktu dari satu bulan hingga enam bulan dengan Shopee Paylater untuk mengurangi risiko tersebut. Harapannya, konsumen dapat membayar tepat waktu dalam waktu yang ditetapkan. Jika konsumen tidak melakukan pembayaran sesuai jadwal yang ditentukan, maka mereka akan mengalami pembatasan akses terhadap fitur-fitur aplikasi dan tidak dapat menggunakan fitur pembayaran nanti. Ini adalah risiko terkait waktu yang perlu diwaspadai oleh pengguna Shopee Paylater, dan hal ini diharapkan dapat diterima oleh konsumen. Konsumen secara tidak sadar mengubah pilihan mereka saat Pembayaran, dilakukan melalui Shopee Paylater. Ini mendukung penelitian [6], yang menyatakan bahwa kemungkinan bahaya berdampak pada keputusan pembelian yang dibuat saat menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

Dari penjelasan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk mengeksplorasi lebih lanjut mengenai penggunaan Shopee Paylater dalam pengambilan keputusan pembelian. Studi ini dengan memilih judul "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater".

METODE

Studi kuantitatif menggunakan metode survey, termasuk dalam kategori penelitian asosiatif kausal. Tujuan utama penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana variabel independen seperti risiko, kemudahan, dan kepercayaan berhubungan dengan variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Mahasiswa Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri dari tahun 2020–2022 adalah subjek penelitian. Studi ini melibatkan 1.714 siswa, dan rumus Slovin digunakan untuk memilih sampel 100 responden. Untuk menentukan responden, teknik purposive sampling digunakan. Sebagai bagian dari proses pengembangan instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen diuji. Data dianalisis menggunakan regresi, terutama regresi linier berganda, setelah dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert, di mana skala satu menunjukkan "sangat tidak setuju" dan skala lima menunjukkan "sangat setuju".

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data Responden

Dalam studi ini, 1.714 mahasiswa dari tahun 2020–2022 adalah responden. Subyek penelitian harus memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Subyek harus pernah melakukan pembelian dengan metode pembayaran Shopee Paylater.

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan pada Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	33
2	Perempuan	67

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Manajemen UNP Kediri yang menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater adalah perempuan, dengan 67 individu wanita dan 33 individu pria.

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan pada Pendapatan

No	Jumlah Pendapatan Perbulan	Jumlah
1	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	53
2	1.000.000 – Rp. 1.500.000	36
3	Rp. > Rp 1.500.000	11

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan survei terhadap 100 orang, mayoritas mahasiswa memiliki pendapatan bulanan antara Rp. 500.000 dan Rp. 1.500.000; sebanyak 53% atau 53 orang berada dalam kisaran pendapatan tersebut. Sementara itu, 11% atau 11 orang memiliki pendapatan lebih dari Rp. 1.500.000 per bulan.

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan pada Jumlah Transaksi dalam Setahun Terakhir

No	Jumlah Transaksi	Jumlah
1	1 kali	9
2	2 kali	13
3	3 kali	23
4	> 3 kali	55

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan data yang ada, dari 100 responden, 9% atau 9 orang melakukan satu transaksi dalam setahun terakhir, 13% atau 13 orang melakukan dua transaksi, dan 55% atau 55 orang melakukan lebih dari tiga transaksi. Ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa sering bertransaksi menggunakan *platform* Shopee.

Pengujian Kualitas Data Uji Validitas

Berdasarkan kriteria penguji, untuk mengetahui validitas data, rhitung dan rtabel dibandingkan. Alat ukur

dianggap valid jika rhitung lebih besar dari rtabel dan α = 0,05. Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kemudahan

Item Pernyataan	r hitung	t table	Keterangan
X1.1	0,312	0.195	Valid
X1.2	0,358	0.195	Valid
X1.3	0,493	0.195	Valid
X1.4	0,304	0.195	Valid
X1.5	0,705	0.195	Valid
X1.6	0,632	0.195	Valid
X1.7	0,726	0.195	Valid
X1.8	0,561	0.195	Valid

Sumber: data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas terhadap pernyataan variabel kemudahan menunjukkan bahwa delapan pernyataan berbeda dinyatakan valid karena nilai rhitung masing-masing lebih besar dari 0,195, melebihi nilai rtabel yang telah ditetapkan.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kepercayaan

Item Pernyataan	r hitung	t table	Keterangan
X2.1	0,705	0.195	Valid
X2.2	0,632	0.195	Valid
X2.3	0,726	0.195	Valid
X2.4	0,561	0.195	Valid
X2.5	0,312	0.195	Valid
X2.6	0,358	0.195	Valid
X2.7	0,493	0.195	Valid
X2.8	0,304	0.195	Valid

Sumber: data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas pernyataan yang berkaitan dengan variabel kepercayaan menunjukkan bahwa delapan pernyataan dianggap valid karena nilai rhitung masing-masing melebihi 0,195, yang juga melebihi nilai rtabel yang ditetapkan. Oleh karena itu, persyaratan untuk nilai rhitung lebih besar daripada rtabel telah terpenuhi.

Tabel 6 . Hasil Uji Validitas Risiko

Item Pernyataan	r hitung	t tabel	Keterangan
X3.1	0,751	0.195	Valid
X3.2	0,307	0.195	Valid
X3.3	0,837	0.195	Valid
X3.4	0,451	0.195	Valid
X3.5	0,651	0.195	Valid
X3.6	0,832	0.195	Valid

Sumber: data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas pernyataan yang berkaitan dengan variabel risiko menunjukkan bahwa enam pernyataan berbeda dianggap valid, karena nilai r hitungnya melebihi 0,195.

Tabel 7 . Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	r hitung	t tabel	Keterangan
Y1.1	0,769	0.195	Valid
Y1.2	0,473	0.195	Valid

Item Pernyataan	r hitung	t tabel	Keterangan
Y1.3	0,750	0.195	Valid
Y1.4	0,370	0.195	Valid
Y1.5	0,626	0.195	Valid
Y1.6	0,773	0.195	Valid
Y1.7	0,466	0.195	Valid
Y1.8	0,854	0.195	Valid

Sumber: data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas pernyataan untuk variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa delapan pernyataan adalah valid karena nilai r hitung mereka melebihi nilai r tabel sebesar 0,195. Dengan demikian, setiap alat yang digunakan dalam penelitian ini dianggap sah.

Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas, digunakan instrumen sebagai alat untuk mengumpulkan data, yang kemungkinan besar sesuai dengan situasi di lapangan yang sebenarnya.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabitilas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Hasil
Kemudahan	0,614	reliabel
Kepercayaan	0,614	reliabel
Risiko	0,722	reliabel
Keputusan Pembelian	0,797	reliabel

Sumber: data primer diolah, 2024

Tabel berikut menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dengan semua nilai alpha Cronbach melebihi 0,6.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil uji K-S

	Nilai Residual
Nilai K – S	0,072
Nilai Signifikan	0.200

Sumber: data primer diolah, 2024

Hasil penelitian yang disajikan dalam Tabel 9 menunjukkan bahwa data dianggap berdistribusi normal, dengan nilai mean uji Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05.

Uji Multikorelitas

Ada multikolinearitas antar faktor independen jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi kurang dari 0,1, maka tidak ada multikolinearitas pada hasil data.

Tabel 10. Hasil Uji Multikorelitas

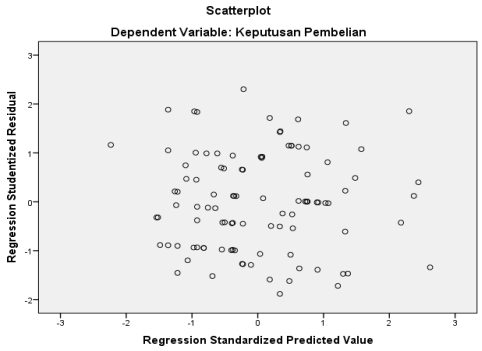
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan	.438	2.281	tidak terjadi multikorelitas
Kepercayaan	.436	2.295	tidak terjadi multikorelitas
Risiko	.991	1.009	tidak terjadi multikorelitas

Sumber: data primer diolah, 2024

Variabel "kemudahan", 0,438 dan VIF 2,281, variabel "kepercayaan", 0,436 dan VIF 2,295, dan variabel "risiko", 0,991 dan VIF 1,009. Akibatnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas yang ditemukan.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat inkonsistensi dalam model regresi. Idealnya, model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas. Grafik scatterplot dapat digunakan untuk memeriksa apakah data menunjukkan pola heteroskedastisitas.



Sumber: data primer diolah, 2024

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas. Scatterplot tidak menunjukkan pola yang teratur, yang berarti data tidak menunjukkan heteroskedastisitas, karena titik-titik tersebar secara acak di sekitar nilai 0 pada sumbu Y.

Analisis Liniear Berganda

Koefisien regresi dihitung untuk menganalisis validitas hipotesis penelitian, dan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis bagaimana berbagai variabel yang terlibat dalam penelitian ini menghubungkan satu sama lain. Hasil penelitian dengan tingkat signifikansi 5% disajikan pada tabel berikut.

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Constant	Unstandaridized Coefficient		Std Coefficient	Nilai t	Nilai Sig.
	B	St Eror	Beta		
	27.292	6.949		3.928	.000
X1	0.217	0.122	0.200	4.086	.000
X2	0.318	0.116	0.314	3.325	.001
X3	-0.517	0.227	0.524	5.250	.803

Sumber: data primer diolah, 2024

Rumus persamaan regresi yang dihasilkan ditunjukkan dalam tabel berikut.

$$Y = 27.292 + 0.217\ X1 + 0.318\ X2 + 0.517X3$$

Rumus ini menunjukkan setiap peningkatan sebesar 1% pada variabel "kemudahan" akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,217 unit. Peningkatan 1% pada variabel "kepercayaan" akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,318 unit. Sebaliknya, peningkatan 1% pada variabel "risiko" akan mengurangi keputusan pembelian sebesar 0,517 unit.

Uji Hipotesis Uji t

Uji-t, atau uji hipotesis, adalah analisis statistik yang digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi parsial antara variabel independen dan variabel dependen. Tabel berikut menunjukkan hasil uji-t, masing-masing dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05.

Tabel 12. Hasil Uji t

Constant	Unstandaridized Coefficient		Std Coefficient	Nilai t	Nilai Sig.
	B	St Eror	Beta		
	27.292	6.949		3.928	.000
X1	0.217	0.122	0.200	4.086	.000
X2	0.318	0.116	0.314	3.325	.001

Constant	Unstandaridized Coefficient B	St Eror	Std Coefficient Beta	Nilai t	Nilai Sig.
X3	-0.517	0.227	0.524	5.250	.803

Sumber: data primer diolah, 2024

Nilai t-hitung variabel kemudahan sebesar 4,086 lebih besar daripada nilai t-tabel 1,660, dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, menunjukkan bahwa kemudahan memengaruhi keputusan pembelian.

Hasil menunjukkan, kepercayaan memengaruhi pilihan pembelian. Hipotesis nol (H0) ditolak, dan hipotesis alternatif (Ha) diterima, karena nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,660 dan tingkat signifikansi 0,001 kurang dari 0,05.

Hasil menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berhubungan dengan risiko memengaruhi keputusan yang dibuat oleh konsumen saat melakukan pembelian. Nilai t-hitung sebesar 5,250 lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar 1,660. Sebaliknya, hipotesis nol (H0) diterima, dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak. Namun, tingkat signifikansinya adalah 0,803, jauh di atas 0,05. Ini menunjukkan bahwa risiko tidak memengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan.

Uji F

Tabel 13. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	182.859	3	60.953	1.622	.001[b]
	Residual	1040.851	96	10.842		
	Total	1223.710	99			

Sumber: data primer diolah, 2024

Nilai signifikansi untuk variabel risiko, kemudahan, dan kepercayaan adalah 0,001, jauh di bawah tingkat signifikansi umum 0,05%. Namun, nilai t-hitung sebesar 1,622 lebih rendah dari nilai t-tabel sebesar 3,09. Oleh karena itu, hipotesis nol (H0) tidak ditolak, yang menunjukkan bahwa unsur risiko, kepercayaan, dan kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

Koefisiensi Determinasi R^2

Nilai *R-squared* yang tinggi menunjukkan bahwa variabel independen tidak mampu menjelaskan variasi secara menyeluruh pada variabel dependen, sedangkan nilai R-squared yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen mampu membuat prediksi atau penjelasan yang lebih kuat dan mendalam tentang variabel dependen.

Tabel 14. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.102[a]	.010	.321	3.66158

Sumber: data primer diolah, 2024

Adjusted R-squared (R^2) sebesar 0,321 memeperoleh variabel X1 dan X2 secara bersama-sama menjelaskan 32,1% variasi dalam keputusan pembelian, seperti yang diperlihatkan pada Tabel 4.14. Faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini menjelaskan sisa variasi sebesar 68,0%.

Pembahasan

Studi ini menginvestigasi berbagai faktor yang berpengaruh terhadap keputusan untuk memilih metode pembayaran Shopee Paylater: risiko, kenyamanan, dan kepercayaan. Studi ini melihat bagaimana variabel bebas dan variabel terikat yang diusulkan alah satu memengaruhi yang lain. Dependen yang diusulkan terdiri dari

komponen berikut.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji t adalah sebagai berikut: 0,000 < 0,05 dan nilai thitung 4.086 > t tabel sebesar 1.660; kemudahan menggambarkan keyakinan orang bahwa teknologi itu sederhana dan mudah digunakan. Oleh karena itu, variabel kemudahan diterima. Hasilnya konsisten dengan beberapa studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh [7], Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan secara signifikan meningkatkan kecenderungan penggunaan Shopee Paylater.

Berpengaruhnya kemudahan pada keputusan pembelian pada penelitian ini dikarenakan, Shopee memudahkan proses pembelian dengan fitur beli sekarang, bayar nanti atau Paylater. Pengajuan Shopee Paylater juga cukup mudah jika memiliki akun aktif pada Shopee telah terverifikasi selama tiga bulan (3 bulan) dan KTP bisa masuk ke dalamnya. Sebagian besar responden survei adalah mahasiswa. Banyak dari pelajar yang saat ini merupakan Generasi Z. Menurut survei *Jackpat Mobile*, Generasi Z ialah generasi banyak meminati metode bayar non-tunai dan *fintech*.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian

Kepercayaan, yang mengacu pada kemampuan pembeli untuk menerima dan menyelesaikan pembelian daring, menciptakan harapan positif terhadap aktivitas pembelian di masa mendatang. Variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0,001, yang lebih rendah dari 0,05. Nilai thitung adalah 3,325, yang lebih besar dari nilai ttabel yang ditetapkan sebesar 1,660. Oleh karena itu, maka disimpulkan variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee Paylater. Selain itu, variabel kepercayaan memiliki koefisien positif, yang menandakan bahwa semakin tinggi kepercayaan, semakin besar kemungkinan keputusan pembelian. Penelitian mendukung hal ini [8], yang menyatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian: lebih banyak siswa yang mempercayai Shopee Paylater, lebih banyak mereka akan memilih untuk menggunakannya saat berbelanja.

Berpengaruhnya kepercayaan pada keputusan pembelian pada penelitian ini dikarenakan banyak responden yang menilai pada indikator *willingness to depend* (kesediaan untuk bergantung) yang artinya banyak bergantung pada penjual di *marketplace* shopee yang menyediakan pembayaran Paylater, sehingga dapat menolong mahasiswa yang sedikit pemasukan dan banyak keinginan, dengan adanya metode pembayaran Paylater tersebut dapat membantu mahasiswa utuk memenuhi keinginannya.

Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji t menunjukkan bahwa koefisien variabel risiko adalah -0,517 dan nilai signifikansi variabel risiko adalah 0,803, yang lebih besar dari 0,05, meskipun nilai thitung variabel risiko adalah 5,250, yang lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,660. Hal ini menunjukkan bahwa risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian, dan bahkan jika itu memiliki pengaruh, itu mungkin bersifat negatif. Namun, berbeda dengan temuan sebelumnya [9], faktor-faktor yang berkaitan dengan risiko sebagian besar tidak memengaruhi keputusan untuk menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

Dalam penelitian ini, mahasiswa manajemen dari Generasi Z di Universitas Nusantara PGRI Kediri menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Meski pengguna Shopee Paylater menyadari adanya potensi risiko, mereka percaya bahwa layanan ini mampu mencegah dan menangani risiko tersebut. Generasi Z sangat memperhatikan kebutuhan finansial mendesak dan gaya hidup masa kini, sehingga mereka membutuhkan cara praktis untuk segera memenuhi kebutuhan mereka. Ini menjelaskan mengapa risiko tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater. Meskipun ada risiko yang lebih besar, seperti bunga yang meningkat setiap transaksi dan penyebaran identitas pribadi saat jatuh tempo, Generasi Z tetap lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan mereka.

Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan pembelian.

Hasil uji t yang menganalisis faktor risiko, kemudahan, dan kredibilitas menunjukkan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak. Hal ini disebabkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi normal 0,05, dan nilai thitung sebesar 1,622, yang lebih rendah dari nilai ttabel sebesar 3,09, yang juga lebih rendah dari tingkat signifikansi normal 0,05. Karena hal-hal seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan risiko yang terkait dengan layanan, Shopee Paylater lebih disukai. Observasi yang dilakukan oleh mendukung perspektif [10] yang menunjukkan bahwa kepercayaan, kenyamanan, dan risiko memengaruhi keputusan

pembelian dengan Shopee Paylater secara signifikan dan positif.

Variabel dependen sebesar 0,321 dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen, menurut hasil uji R-squared. Ini menunjukkan bahwa variabel X1 dan X2 menyumbang 32,1% dari keputusan pembelian. 68,0% terakhir dipengaruhi oleh komponen tambahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Contoh variabel tersebut adalah kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan keuntungan yang dirasakan. Dengan demikian, H4 seharusnya diterima. Ketika menggunakan Shopee Paylater sebagai metode pembayaran, faktor kemudahan, kepercayaan, dan risiko digabungkan dalam satu keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa jika perusahaan ingin meningkatkan adopsi Shopee Paylater, mereka harus memastikan bahwa layanan itu mudah digunakan, aman, dan dapat dipercaya; jika tidak, mereka tidak akan menggunakannya. Untuk menarik pelanggan, sangat penting bahwa Shopee Paylater mudah digunakan. Shopee harus memastikan proses pendaftaran, verifikasi, dan penggunaan layanan ini cepat dan mudah. Pengalaman pelanggan yang lancar akan membuat pelanggan merasa nyaman dan membuat mereka lebih cenderung menggunakan layanan ini lagi. Selain itu, kepuasan pengguna dapat ditingkatkan dengan fitur tambahan, seperti pengingat pembayaran dan kemudahan mengakses catatan transaksi.

Kepercayaan adalah komponen penting lainnya yang memengaruhi pilihan konsumen. Shopee harus membangun dan mempertahankan reputasi dengan melindungi data pribadi dan finansial pelanggan. Tingkat kepercayaan pelanggan dapat meningkat jika syarat dan ketentuan penggunaan Shopee Paylater jelas dan transparan. Shopee harus memberikan informasi yang jelas tentang biaya potensial, bunga, dan konsekuensi keterlambatan pembayaran. Oleh karena itu, pelanggan akan merasa lebih aman dan percaya diri saat menggunakan layanan ini.

Konsumen juga harus dilindungi. Shopee dapat mengurangi kecemasan pelanggan tentang penggunaan Shopee Paylater dengan berbagai cara. Misalnya, konsumen dapat mendapatkan rasa aman tambahan dengan menawarkan program perlindungan atau asuransi untuk transaksi tertentu. Selain itu, mengurangi kekhawatiran pelanggan tentang masalah yang mungkin muncul saat menggunakan layanan ini dapat dicapai dengan memberikan layanan pelanggan yang responsif dan siap membantu kapan saja.

Dengan mempertimbangkan kemudahan, kepercayaan, dan risiko, Shopee dapat membuat strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan adopsi Shopee Paylater. Strategi-strategi ini tidak hanya akan mendorong lebih banyak pelanggan untuk menggunakan layanan mereka, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan, pada akhirnya, meningkatkan penjualan Shopee secara keseluruhan. Hasil penelitian ini memberi Shopee pengetahuan yang berharga untuk menggunakannya dalam upaya mereka untuk meningkatkan adops..

Harapannya, penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan memasukkan variabel lain yang memungkinkan memengaruhi keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran digital, seperti pengalaman pengguna (user experience), promosi, dan insentif.

DAFTAR RUJUKAN

[1] Saputra VRJ, Sudarwanto T. Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylatermasyarakat Kota Surabaya. JurnalPendidikan Tata Niaga 2023;11:168.

[2] Leksani Dwi Rahayu. Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater (2022:1–23.

[3] Sigar C, Haidar K, Astuti RF. Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan E-Commerce Di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. J Prospek Pendidik Ilmu Sos dan Ekon 2022;4:53–61.

[4] Zahroh A, Septiana A, Arief RZ. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kab. Bangkalan. J Pendidik Ekon Undiksha 2023;15:55–62.

[5] Rosiwan GMA&, Lasmanah. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Penggunaan Sistem Kredit Online pada Aplikasi Kredivo di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Kupang. COMSERVA J Penelit dan Pengabdi Masy 2024;3:3744–61.

[6] A.A Winaldi. Peran Persepsi Risiko dan KepercayaanTerhadap Minat Menggunaka GoPay Paylater. vol.

21. 2021.

[7] Desita W, Dewi GAKRS. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompet Elektronik (E-Wallet). J Akunt Profesi 2022;13:115–24.

[8] Putri FA, Iriani SS. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. J Ilmu Manaj 2020;8:818.

[9] Purnamasari RDA, Sasana H, Novitaningtyas I. Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. J Manaj 2021;13:420–30.

[10] Canestren IA, &, Saputri ME. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater 2021.