

PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE

PAYLATER



SKRIPSI

Disusun oleh :

DESSYKAL VEGAS TIDORE

NIM : 11150070

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun oleh :

DESSYKAL VEGAS TIDORE

NIM : 11150070

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dessykal Vegas Tidore
NIM : 11150070
Program studi : Program Studi Manajemen
Fakultas : Fakultas Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE
PAYLATER**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 23 Juli 2022

Yang menyatakan



(Dessykal Vegas Tidore)

NIM. 11150070

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE
PAYLATER**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

DESSYKAL VEGAS TIDORE

11150070

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Bisnis

Universitas Kritis Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah
satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 4 Juli 2022

Nama Dosen	Tanda Tangan
1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min (Ketua Tim/ Dosen Pembimbing)	
2. Lucia N. Kartika, SPd,Dipl.Secr.,MM (Dosen Penguji)	
3. Purwani Retno Andalas, Dra.,MM (Dosen Penguji)	

Yogyakarta, 18 Juli 2022

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Kaprodi Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 25 Mei 2022



Dessykal Vegas Tidore

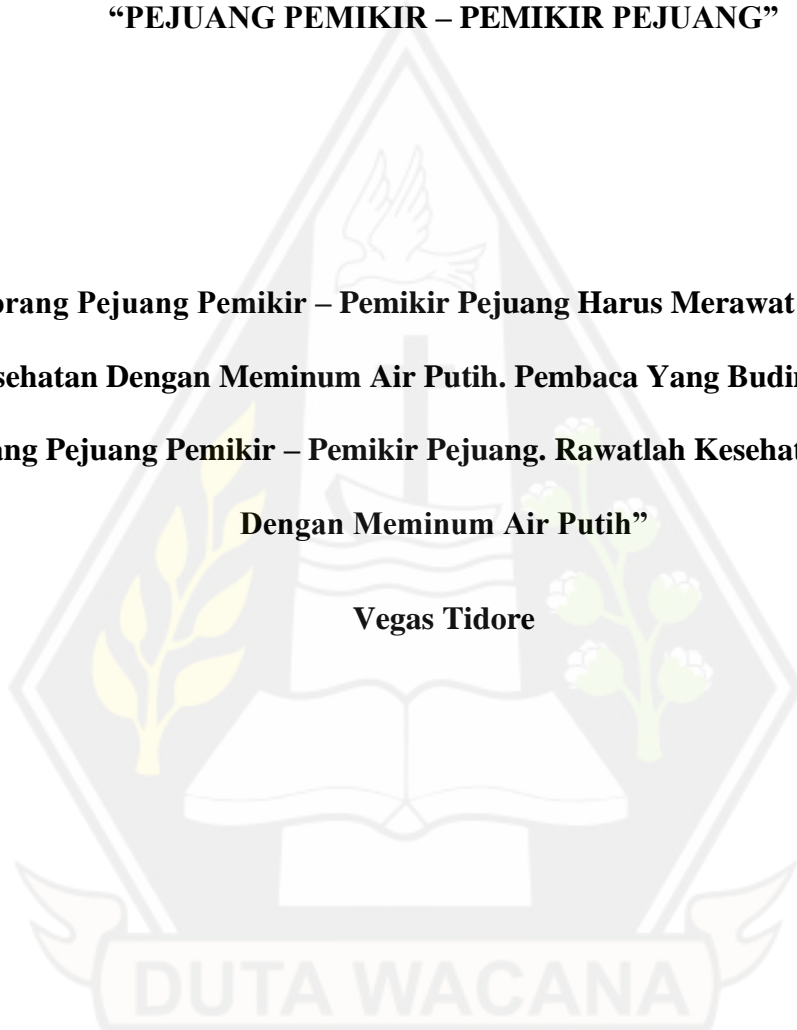
11150070

HALAMAN MOTTO

“PEJUANG PEMIKIR – PEMIKIR PEJUANG”

**“Seorang Pejuang Pemikir – Pemikir Pejuang Harus Merawat Dia Punya
Kesehatan Dengan Meminum Air Putih. Pembaca Yang Budiman Ialah
Seorang Pejuang Pemikir – Pemikir Pejuang. Rawatlah Kesehatan Saudara
Dengan Meminum Air Putih”**

Vegas Tidore



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kepada ibu Anita Korompis dan Bapak Ever Tidore yang adalah orang tua kandung saya. Yang senantiasa tidak pernah berkesudahan membimbing saya hingga sebesar ini. tak habis-habis Tindakan mereka dalam membantu saya. Beri saya dukungan spiritual yang beragam dan berlimpah ruah;
2. Kepada yang Esa di surga. Terima kasih karena kau masih berkolaborasi bersama orang tua saya untuk menuntun, membimbing, memberi saya rasa sakit dan rasa gembira yang belimpah;
3. Kepada Adik terkasih dan harapan masa depan saya Iwo Tidore dan Naisila Shalomitha Tidore. Terima kasih untuk senyuman kalian yang hinggap di ingatan saya. Terima kasih sudah menjadi penyebab saya dalam berjuang untuk masa depan yang semakin dekat;
4. Kepada para Alumni GMNI UKDW, teman” GMNI UKDW dan GMNI Yogyakarta, para Pengurus DPC GMNI Yogyakarta yang senantiasa tidak henti-hentinya memberikan dorongan bagi penyelesaian skripsi saya
5. Kepada seluruh teman” saya yang berada dalam link <https://bit.ly/ParaSahabat> yang senantiasa selalu membantu saya dan membagikan energi positif sehingga saya tetap tersenyum di depan ruang kerja skripsi saya
6. Serta kepada seluruh teman-teman manajemen Angkatan 2015 dan pergerakan mahasiswa di UKDW yang selalu setia menemani saya

MERDEKA !!!

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari tanpa bantuan pikiran, dukungan emosional serta bimbingan rutin dari beragam pihak, akan sulit bagi saya untuk Menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Pak Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M.,M.Min selaku Dosen pembimbing saya selama penyusunan hingga penyelesaian skripsi;
- 2) Pak Edy Nugroho Widihantoro, M.Sc yang telah membantu saya bersama ibu Dra. Umi Murtini, M.Si yang memberikan dorongan bagi proses penyelesaian skripsi saya di ruangan yang sama;
- 3) Orang tua saya (Pak Ever Tidore & Ibu Anita Korompis) serta adik saya (Naisila Tidore dan Iwo Tidore) yang saya cinta;
- 4) Para sahabat saya berproses di organisasi GMNI, GMKI, IMAHU-DIY, SALAWAKU UKDW, Lemabaga Kemahasiswa Intra-Perguruan Tinggi UKDW serta hadir dari berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia

Saya mengucapkan terima kasih yang sebanyak dan sebesar-besarnya kepada kalian semua. Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas budi kalian. Tanpa kalian, benih ini tidak akan tumbuh, mengakar, berdaun rindang dan berbuah ranum. Tanpa

kalian, cuka tidak pernah jadi anggur segar. Semoga penelitian ini mendatangkan manfaat bagi pengembangan penelitian kemudian hari.

Yogyakarta, 25 Mei 2022



Dessykal Vegas Tidore



DAFTAR ISI

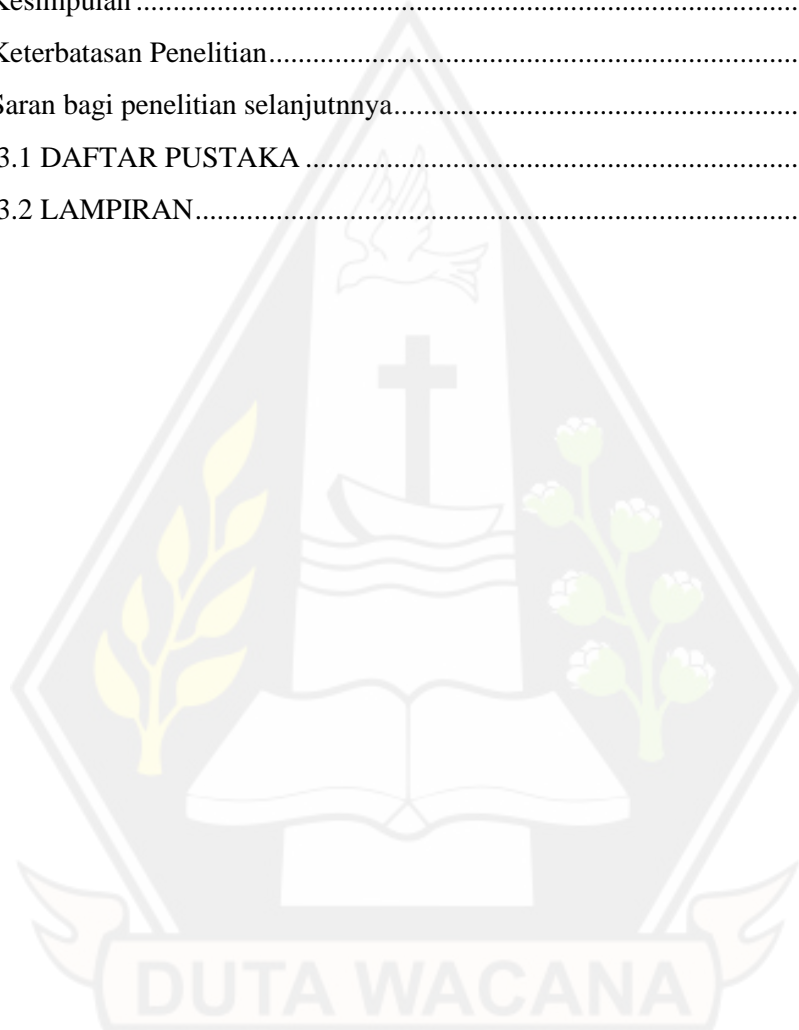
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan penelitian	9
1.4 Kontribusi Penelitian	9
1.5 Batasan Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Kemudahan	11
2.1.1 Pengertian Kemudahan	11
2.1.2 Dimensi Kemudahan.....	11
2.2 Kepercayaan.....	12
2.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	12
2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan.....	13
2.2.3 Indikator Kepercayaan	13
2.3 Gaya Hidup	14
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup	14
2.3.2 Indikator Gaya Hidup.....	14
2.4 Keputusan Pembelian.....	15
2.4.1 Pengertian Keputusan	15
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	15

2.5 Penelitian Sebelumnya.....	16
2.6 Kerangka Konsep.....	18
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	19
2.7.1 Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.7.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.7.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
BAB III METODA PENELITIAN.....	21
3.1 Data.....	21
3.2 Sumber Data.....	21
3.2.1 Data Primer.....	21
3.2.2 Data Sekunder.....	21
3.3 Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran Data.....	21
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
3.5 Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel.....	23
3.5.1 Populasi.....	23
3.5.2 Sampel.....	23
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.7 Variabel dan definisi operasional variabel.....	24
3.8 Uji instrumen penelitian.....	27
3.9 Uji Statistik.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Sampel Penelitian.....	33
4.1.1 Uji instrumen.....	33
4.1.2 Uji Validitas.....	33
4.1.3 Uji reliabilitas.....	36
4.1.4 Berdasarkan jenis kelamin.....	37
4.1.5 Berdasarkan Usia.....	38
4.2 Hasil Uji Statistik.....	38
4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4.2.2 Hasil uji koefisien determinasi (R²).....	40
4.2.3 Hasil Uji T.....	41
4.2.4 Hasil Uji F.....	43
4.3 Pembahasan Hasil.....	45

4.3.1 Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	45
4.3.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	46
4.3.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee <i>Paylater</i>	47

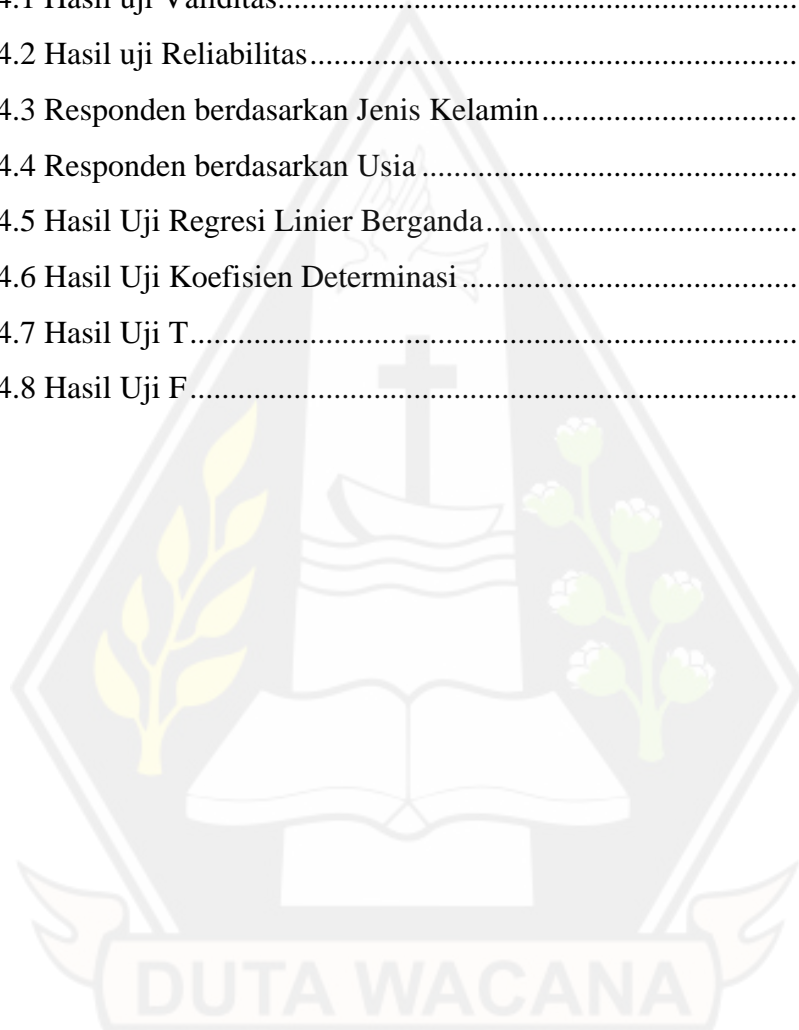
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN PENELITIAN SELANJUTNYA

.....	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	48
5.3 Saran bagi penelitian selanjutnya.....	48
5.3.1 DAFTAR PUSTAKA	50
5.3.2 LAMPIRAN.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia	2
Tabel 1.2 Layanan <i>Paylater</i> yang paling banyak digunakan (Sumber : DailySosial.id, 23 Desember 2021)	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Skala Lirket	22
Tabel 4.1 Hasil uji Validitas.....	33
Tabel 4.2 Hasil uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Table 4.4 Responden berdasarkan Usia	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	40
Tabel 4.7 Hasil Uji T.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konsep18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Halaman persetujuan	52
Lampiran 2. Identitas responden	53
Lampiran 3. Daftar Pertanyaan/Kuesioner penelitian	55
Lampiran 4. Hasil Data Penelitian	58
Lampiran 5. Hasil olah data SPSS	63
Lampiran 6. Kartu Konsultasi Skripsi.....	67
Lampiran 7. Lembar Revisi Ujian Pendadaran	68
Lampiran 8. Lembar Revisi Judul Skripsi	69



PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE

PAYLATER

Dessykal Vegas Tidore

11150070

Email : vegastidore21@gmail.com

ABSTRAK

Laju perkembangan teknologi di dunia tidak dapat di bendung lagi. Teknologi dunia berkembang pesat dan merubah cara hidup manusia dalam berbagai hal. Perkembangan tersebut pun masuk dan memangkas system layanan keuangan yang awalnya berbelit-belit menjadi mudah dan murah. Bisnis perbankan pun akhirnya terdistrupsi akibat keberadaan *financial teknologi (Fintech)*. Salah satu fintech yang populer di Indonesia adalah Shopee *Paylater*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan metode *non- probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dan pernah menggunakan shopee *paylater*. Data di kumpulkan dengan kusioner serta diolah dalam IMB SPSS. Analisis dilakukan dengan regresi liner berganda, uji koefisien determinasi, Uji T, dan Uji F. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan gaya hidup berpengaruh secara positif dan simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*.

Kata Kunci : *Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian Shopee Paylater*

THE INFLUENCE OF EASE OF USE, TRUST AND LIFESTYLE ON
PURCHASE DECISIONS OF SHOPEE *PAYLATER*

Dessykal Vegas Tidore

11150070

Email: vegastidore21@gmail.com

ABSTRACT

The pace of technological development in the world cannot be contained anymore. The world's ecology is rapidly evolving and changing the way people live in many ways. The development also entered and cut the financial services system that was initially convoluted to be easy and cheap. The banking business was finally distorted due to the existence of *financial technology (Fintech)*. One of the most popular fintechs in Indonesia is *Shopee Paylater*. This research aims to determine the influence of convenience, trust and lifestyle on purchasing decisions using *shopee paylater*. This research uses quantitative research. Sampling uses *a non-probability sampling* method with *purposive sampling* techniques. Respondents in this study as many as 100 people and have used *shopee paylater*. Data is collected with a questionnaire and processed in IBM SPSS. The analysis is carried out with multiple linear regression, determination coefficient test, T Test, and F Test. The results of this study revealed that ease, trust and lifestyle have a positive and simultaneous effect on purchasing decisions using *shopee paylater*.

Keywords : *Ease, Trust, Lifestyle, Shopee Paylater Purchase Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

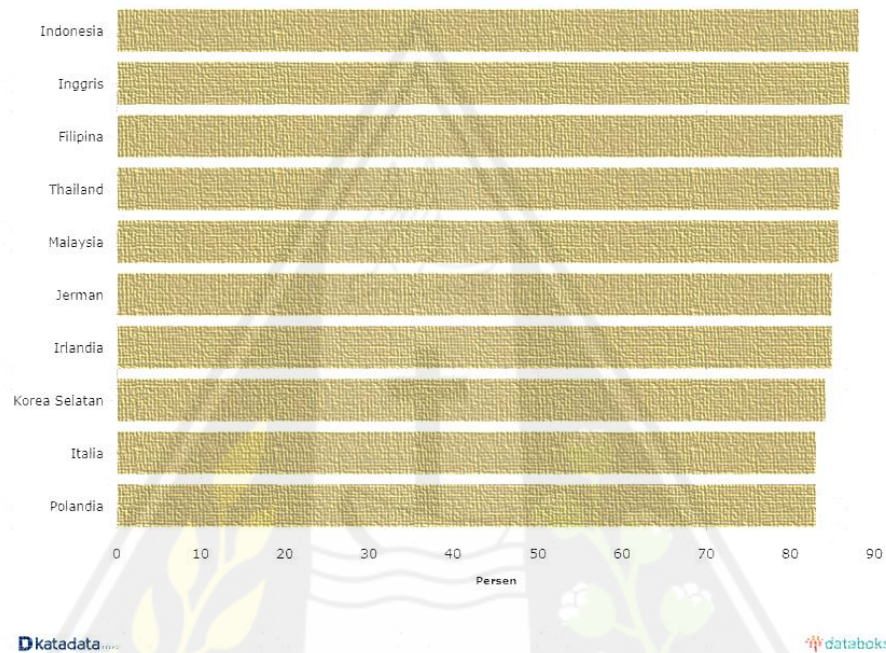
1.1 Latar Belakang

Laju perkembangan teknologi di dunia tidak dapat di bendung lagi. Perkembangan teknologi dunia berkembang pesat dan merubah cara hidup manusia dalam berbagai hal. Perkembangan teknologi pula menjadi sebab kehadiran dari beragam model bisnis yang kita amati sekarang ini. kehidupan berbisnis pun berubah dan terdistrupsi akibat teknologi.

Ditengah masifnya perkembangan teknologi, pertumbuhan penggunaan internet pula terus berkembang. Dilansir dari Hootsuite (*We are Social*), pengguna internet di Indonesia pada januari 2021 sebanyak 73.7% dari total populasi Indonesia yang berjumlah 274.9 jiwa. Angka penggunaan tersebut naik 15% atau 27 juta orang dari tahun sebelumnya. Hal ini menjadi penanda bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia tengah berselancar dalam arus ombak dunia internet.

Perkembangan teknologi yang pesat membuat kehidupan manusia terbiasa dengan aktivitas yang memudahkan dan praktis (Maarif, 2020). Perkembangan teknologi pula didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang maunya serba cepat namun efektif dalam penggunaannya. Perilaku masyarakat yang demikian kemudian di rekam dan di pelajari oleh industri-industri besar. Kemudian industry besar tersebut mencoba menjawab kebutuhan perilaku tersebut dengan cara yang kreatif, e-commerce disini dapat menjadi contoh.

Secara sederhana, E-commerce dijabarkan sebagai beragam bentuk proses transaksi barang dan jasa (*trade of goods and service*) melalui jaringan internet (Nafi, 2017). E-commerce hadir membawa dampak positif pada beragam dimensi bisnis. E-commerce menyediakan cara-cara inovatif dan kreatif dalam pengolahan sumberdaya yang tersedia. Tak tanggung tanggung, banyak juga perusahaan



mengambil inisiatif untuk berinvestasi dalam bidang teknologi E-commerce.

Tabel 1.1 Penggunaan E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia

Pada kuartal ke II 2021, Survei *We Are Social* menunjukkan bahwa Indonesia menduduki posisi pertama dalam pengguna internet sebanyak 88,1% dengan layanan e-commerce. Peringkat kedua ditempati Inggris dengan 86,9%, menyusul Filipina sebesar 86,2% serta Sekitar 85% pengguna internet di Thailand dan Malaysia. Perkembangan teknologi digital mengubah medan tempur perekonomian dan keuangan di dunia (World Bank, 2019). Sentuhan teknologi dengan jaringan

internet membuat sesuatu menjadi memudahkan dan memurahkan. Konektifitas pun turut merubah cara sang pemberi dan sang penerima berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini dilihat dapat di lihat dari fenomena kehadiran *Financial teknologi (Fintech)* di dunia dan tanah air.

Financial Tecnology yang selanjutnya disebut Fintech ialah peleburan antara pelayanan pembiayaan (*financial service*) dan teknologi. Fintech hadir sebagai alternatif pilihan pelayanan pembiayaan pada masyarakat selain lembaga keuangan konvensional (Haryono, 2019). Dalam arti luas, *Financial Technology* ialah industry yang memanfaatkan teknologi dalam system keuangan dan pelayanan keuangan menjadi efektif dan efisien (Juwita,2018). Dalam pembahasan tentang perkembangan fintech, pada dasarnya akan mengarah pada inovasi teknologi (*Technology Inovation*), Gangguan proses (*Proses distrupction*), serta transformasi layanan (*service transformation*).

Perkembangan industry fintech sangat pesat. Pendanaan terhadap industry tersebut pun meningkat berlipat-lipat. Pandanaan tersebut mencapai US\$ 3,5 miliar atau sekitar Rp 49,80 triliun pada kuartal III 2021 dengan kurs (US\$ 1 = Rp 14.243) (Laporan *Fintech in ASEAN* 2021). Angka ini naik tiga kali lipat dibandingkan 2020 yang sebesar US\$ 1,1 miliar. Di Indonesia sendiri, nilai akumulasi penyaluran pinjaman dari fintech lending mencapai Rp 181,67 triliun per Maret 2021. Nilai tersebut naik 16,53% sejak akhir tahun 2020 (Otoritas Jasa Keuangan).

Salah satu model fintech di Indonesia ialah *financial technology peer to peer lending* (layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi). Fintech *Peer to Peer (P2P)* atau Pinjaman dalam Jaringan (*Pindar*) ialah ruang yang

menghubungkan pihak dengan dana besar dengan pihak yang membutuhkan dana melalui internet. Kehadiran fintech P2P amat memangkas sendi-sendi tahap pembiayaan dalam proses transaksi.

Dilansir dari Otoritas Jasa Keuangan, sebanyak 103 perusahaan berjenis fintech *peer-to-peer* lending atau fintech lending yang berizin di OJK pada Januari 2022. Terdapat penambahan 2 jenis fintech lending berizin, yaitu PT Pintar Inovasi Digital dan PT Mapan Global Reksa. Dasar hukum dalam penyelenggaraan Fintech di Indonesia adalah POJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Dasar hukum tersebut hadir layaknya karpet merah bagi industry fintech di Indonesia berpijak dengan perlindungan hukum yang pasti.

Fitur bayar nanti atau *Paylater* merupakan pelayanan pembiayaan yang tidak terlepas dari inovasi teknologi yang merasuki system keuangan. Pengalaman kekurangan dana saat berbelanja kini berkurang. Ketersediaan akses fitur bayar nanti (*Paylater*) dapat menjawab rasa khawatir akan kekurangan dana. Pelanggan kini tidak perlu mengkhawatirkan kondisi tersebut muncul Kembali.

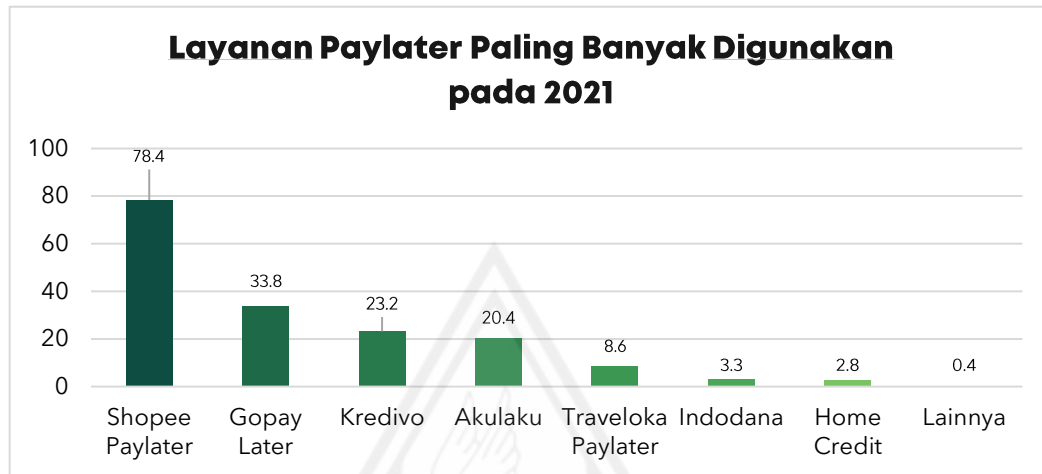
Firma riset Coherent Market Insights meramalkan fitur *paylater* menjadi primadona di Indonesia pada 2021. Hal ini dikarenakan tawaran pengalaman berbelanja yang memudahkan dan memurahkan dengan hujan diskon saat berbelanja. Tawaran pengalaman tersebut amat menggiurkan sehingga mendorong terjadinya perubahan gaya hidup dan membangkitkan kepercayaan pelanggan untuk mencoba pengalaman baru tersebut.

Metode pembayaran *Paylater* atau beli sekarang bayar kemudian menjadi kegemaran bagi generasi Z dan milenial. Hampir 14% generasi Z dan milenial menggunakan metode pembayaran *Paylater*. Dilansir dari survei KIC & Zigi, produk yang dibeli menggunakan *paylater* diantaranya ialah busana, pulsa dan Gadget. Data tersebut membeberkan bahwa dompet digital (*E-Wallet*) ShopeePay, GoPay, OVO, DANA dan LinkAja, menjadi pilihan pertama dalam pembayaran, yakni 67,8%; ATM bank (51,1%) dan di susul oleh rekening bank konvensional (38,1%).

Gaya hidup masyarakat kekinian telah terdigitalisasi. Digitalisasi amat mengakselerasi dan memudahkan proses pelayanan keuangan. Perbuahan gaya hidup tersebut menjadi sebab berkurangnya penggunaan mesin ATM dan beralih pada uang digital seperti Shopeepay, OVO, Gopay, dll. Bank Indonesia (*BI*) pun mengabarkan jumlah mesin anjungan tunai mandiri (ATM) secara nasional kian berkurang sebesar 100,4 ribu unit atau berkurang 1,87 % pada kuartal IV-2020.

Transaksi E-commerce kian melonjak dan *paylater* makin di minati. Dilansir dari DailySocial.id, penggunaan *paylater* makin diminati pelanggan. Pelanggan paling banyak menggunakan shopee *Paylater* sepanjang tahun 2021 dengan persentase sebanyak 78,4%. Kemudian Go-*paylater* di urutan kedua dengan persentase 33,8%. Kemudian sebanyak 23,2% responden menggunakan fitur *paylater* di Kredivo.

Tabel 1.2 Layanan *Paylater* yang paling banyak digunakan (Sumber : DailySosial.id, 23 Desember 2021)



Shopee merupakan platform belanja online yang tersebar di Asia Tenggara dan Taiwan. Shopee di luncurkan pada tahun 2015 di Indonesia. Shopee menawarkan pengalaman belanja online yang mudah, cepat dan murah bagi pelanggan. Kantor shopee telah berdiri dan tersebar dimana-mana. Shopee pernah di nobatkan sebagai e-commerce yang berhasil menggaet pengunjung terbanyak di asia tenggara dengan total pengunjung web sebesar 2,1 miliar pengunjung pada 2019.

Fitur-fitur yang disediakan oleh shopee amat beragam. Salah satunya ialah shopee *paylater*. Shopee *paylater* merupakan metode pembayaran yang unik. Seorang pengguna shopee *paylater* dapat membeli sebuah produk sekarang. Namun, bayarnya bisa dilakukan nanti. Bisa pula melakukan cicilan dalam periode tertentu. Shopee *paylater* hanya dapat dilakukan oleh pengguna terpilih. Pengguna terpilih akan mendapatkan notifikasi perihal mengaktivasi shopee *paylater*.

Shopee *paylater* merupakan layanan keuangan yang di sediakan oleh PT Commerce Finance dalam aplikasi shopee. PT Commerce finance diawasi langsung

oleh Otoritas Jasa Keuangan Indonesia. Cara kerja shopee paylater mirip dengan kartu kredit. Namun, bunga dalam shopee paylater relative lebih rendah. Selain sebagai metode pembayaran di shopee, Shopee paylater pula dapat digunakan untuk membayar tagihan. Berikut rincian suku bunga dan biaya tambahan berdasarkan jenis pembayaran pilihan Pengguna :

Periode cicilan	Biaya Penanganan	Suku Bunga	Biaya keterlambatan pembayaran
Cicilan 1x Atau beli sekarang bayar nanti			5% per bulan dari seluruh total tagihan yang telah jatuh tempo (termasuk sebelum tagihan)
Cicilan 3x	1% per Transaksi	Minimal 2.95% dari biaya total	
Cicilan 6x			
Cicilan 12x ¹			

Untuk melakukan pembelian menggunakan shopee paylater, pengguna shopee perlu mengaktifkan fitur shopee paylater terlebih dahulu. Cara mengaktifkan shopee paylater adalah sebagai berikut :

1. Buka aplikasi PayLater dan menu Saya.
2. Pilih menu Shopee PayLater.
3. Ketuk Aktifkan Shopee PayLater Sekarang.
4. Verifikasi Shopee PayLater dengan memasukkan kode yang sudah dikirimkan.
5. Lengkapi informasi pribadi. Mulai dari KTP, Foto selfie dengan memegang KTP, dan lain-lain.
6. Tunggu sampai aktivasi pengguna disetujui.

Setelah aktivasi shopee paylater selesai, pengguna dapat membeli produk-produk yang disediakan dalam platform shopee dan membayar tagihan listrik ataupun

¹ Khusus Pengguna Terpilih yang dapat melakukan cicilan sebanyak 12x

pulsa. Pengguna dapat melakukan pembayaran apabila telah berusia 18 tahun dan memiliki kartu tanda penduduk (KTP). Limid shopee paylater bergantung pada Riwayat pembayaran dan transaksi pengguna.

Pada saat proses transaksi semakin mudah dan pelanggan percaya terhadap kemudahan tersebut, sang penipu mencium fenomena itu dan memanfaatkan hal tersebut dengan tidak bertanggungjawab. Ini merupakan persoalan dalam dunia digital disaat pelanggan beralih ke dunia transaksi digital. Kerugian akibat penipuan online pun tidak sedikit. Modus penipuan pun bertransformasi menjadi beragam dan penipu pun hijrah ke dunia online.

Kasus penipuan Grab Toko pada 2021 bisa menjadi cerminan. Sebanyak 980 orang menjadi korban penipuan dengan total kerugian mencapai Rp17 Milliar. Kementerian Perdagangan pun mencatat bahwa laporan pengaduan pelanggan sepanjang tahun 2020 sebanyak 931. Jumlah ini cukup rendah bila dibandingkan dengan tahun 2019 mencapai angka pengaduan 1.110 dan 2018 angka pengaduan mencapai 1.771 orang. Namun, fenomena seperti ini tidak boleh di anggap sepele.

Berdasarkan uraian uraian di atas, peneliti mempunyai kemauan untuk meneliti fenomena transaksi uang digital yang berkembang akhir-akhir ini. Trend penggunaan layanan keuangan berbasis digital amat massif menyebar dan digunakan oleh pelanggan. Kemudahan mengakses keuangan dengan jaminan yang terjangkau sungguh membangkitkan kecenderungan pelanggan untuk mencobannya terus menerus. Oleh karena itu, penelitian ini penulis ingin meneliti untuk mengetahui gejala-gejala tersebut dengan judul "*Pengaruh Kemudahan,*

Kepercayaan dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
- b. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
- c. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

1.3 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
- d. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
- e. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?

1.4 Kontribusi Penelitian

a. Akademisi

Semoga penelitian ini menjadi rujukan bagi akademisi dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan pada dimensi yang sama dalam penelitian ini di masa depan.

b. Perusahaan

Diharapkan melalui penelitian ini, perusahaan dapat terbantu dalam dimensi pengambilan keputusan dengan kesadaran ilmiah dan terus mencetak produk yang berdaya guna tinggi dalam kehidupan masyarakat.

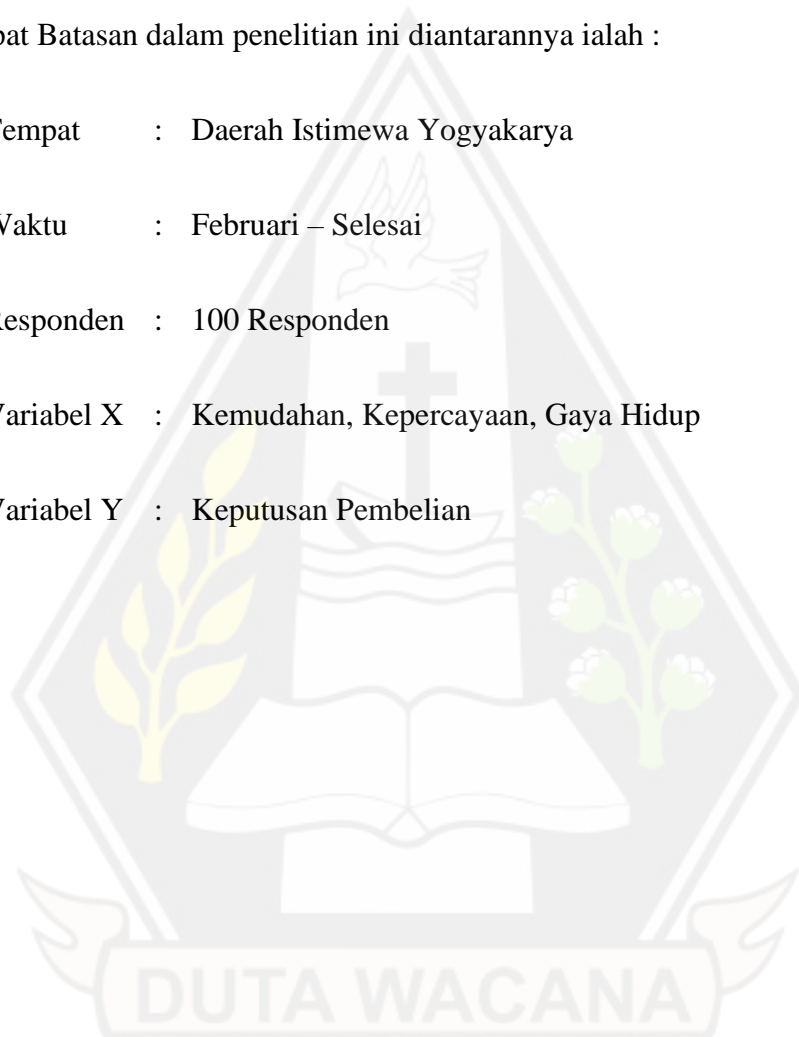
c. Penulis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberi suatu pengetahuan baru bagi penulis, sehingga penulis dapat memperoleh pertimbangan ilmiah untuk merespon kehidupan nyata terkait Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee *Paylater*

1.5 Batasan Penelitian

Terdapat Batasan dalam penelitian ini diantaranya ialah :

- a. Tempat : Daerah Istimewa Yogyakarta
- b. Waktu : Februari – Selesai
- c. Responden : 100 Responden
- d. Variabel X : Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup
- e. Variabel Y : Keputusan Pembelian



BAB V

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN PENELITIAN SELANJUTNYA

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* ;
2. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*;
3. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen, yaitu Kemudahan, Kepercayaan dan gaya hidup. penelitian ini belum menggunakan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater*.

5.3 Saran bagi penelitian selanjutnya

Saran bagi peneliti melalui penelitian ini adalah penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel yang lebih spesifik seperti Voucher, Cicilan, dan bunga.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur. (2021, November 17). *Fintech Pembayaran, Startup Paling Banyak Terima Pendanaan Di RI Pada Kuartal III 2021*. Retrieved From Databoks.Katadata.Co.Id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/17/fintech-pembayaran-startup-paling-banyak-terima-pendanaan-di-ri-pada-kuartal-iii-2021>
- Anjani, & Wimba. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt.Warisan Eurindo Di Dalung, Kerobokan, Kedonganan. *Jurnal Widya Amrita, Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata, Vol. 1*, 177.
- Annur. (2021, 11 18). *Pendanaan Fintech Di ASEAN Naik Jadi US\$ 3,5 Miliar Pada Kuartal III 2021*. Retrieved From Databoks.Katadata.Co.Id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/18/pendanaan-fintech-di-asean-naik-jadi-us-35-miliar-pada-kuartal-iii-2021>
- Burhan. (2021, Januari 22). *Transaksi E-Commerce RI Diramal Melonjak 33%, Paylater Makin Diminati*. Katadata.Co.Id:
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/600af93f3854b/transaksi-e-commerce-ri-diramal-melonjak-33-paylater-makin-diminati>
- Burhan. (2021, January 11). *Transaksi E-Commerce RI Diramal Melonjak 33%, Paylater Makin Diminati*. Katadata.Co.Id:
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/600af93f3854b/transaksi-e-commerce-ri-diramal-melonjak-33-paylater-makin-diminati>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan . *Journal Ekombis Review, Vol. 9 No*, 185.
- Fungky, Sari, & Sanjaya. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi, Volume 1*, 85 - 86.
- Meiryani. (2021, agustus 12). *MEMAHAMI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA*. accounting.binus.ac.id:

[https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linearberganda/#:~:text=Regresi%20linear%20berganda%20merupakan%20model,dependen%20\(Ghozali%2C%202018\).](https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-analisis-regresi-linearberganda/#:~:text=Regresi%20linear%20berganda%20merupakan%20model,dependen%20(Ghozali%2C%202018).)

Nasution. (2018). Pengaruh Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam, Volume 4*, 30.

Putri, F. A. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee *paylater*. *Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 8*, 819 - 820.

Setyowati. (2022, Januari 13). *Survei KIC: Gen Z dan Milenial Pakai Paylater untuk Belanja Busana*. katadata.co.id: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/61e0ecf4b1b96/survei-kic-gen-z-dan-milenial-pakai-paylater-untuk-belanja-busana>

Setyowati. (2021, January 22). *Marak Penipuan Online Saat Konsumen Hijrah Ke Digital Di Masa Pandemi*. Katadata.Co.Id: <https://Katadata.Co.Id/Desysetyowati/Digital/600aa5de3a818/Marak-Penipuan-Online-Saat-Konsumen-Hijrah-Ke-Digital-Di-Masa-Pandemi>

Temorria. (2021, Januari 11). *Kemendag Terima 931 Pengaduan Pada 2020, Dagang El Paling Banyak*. Ekonomi.Bisnis.Com: <https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20210111/12/1341608/Kemendag-Terima-931-Pengaduan-Pada-2020-Dagang-El-paling-Banyak>

Tuhepaly, & Rismawati. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Promosi Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Ovo. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen, Volume 10*, 5-6.

Timorria. (2021, Januari 11). *Kemendag Terima 931 Pengaduan pada 2020, Dagang El Paling Banyak*. ekonomi.bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210111/12/1341608/kemendag-terima-931-pengaduan-pada-2020-dagang-el-paling-banyak>