

**PENGARUH CONSUMER ATTITUDE DAN CONSUMER
SATISFACTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YANG DI MODERASI OLEH LAYANAN BUY NOW PAY
LATER DIKALANGAN PENGGUNA SHOPEE DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

ASTER SUPITA SARI

11200909

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2024**

**PENGARUH CONSUMER ATTITUDE DAN CONSUMER
SATISFACTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI
MODERASI OLEH LAYANAN BUY NOW PAY LATER DIKALANGAN
PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
manajemen**



DISUSUN OLEH:

ASTER SUPITA SARI

11200909

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2024**

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:

Aster Supita Sari

11200909

PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS

KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2024

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 : Aster Supita Sari
NIM : 11200909
Program studi : Manajemen
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 CONSUMER ATTITUDE DAN CONSUMER SATISFACTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH LAYANAN BUY NOW PAY LATER DIKALANGAN PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA”

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 : 29 Januari 2024

Yang menyatakan



(Aster Supita Sari)
NIM 11200909

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH CONSUMER ATTITUDE DAN CONSUMER SATISFACTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH LAYANAN BUY NOW PAY LATER DIKALANGAN PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Aster Supita Sari

11200909

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 17 Desember 2024

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. **Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.d**
(Ketua Tim Penguji/ Dosen Pembimbing) :
2. **Pristanto Silalahi, SE., MSE**
(Dosen Penguji) :
3. **Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec.Dev**
(Dosen Penguji) :



Yogyakarta, 19 Januari 2024

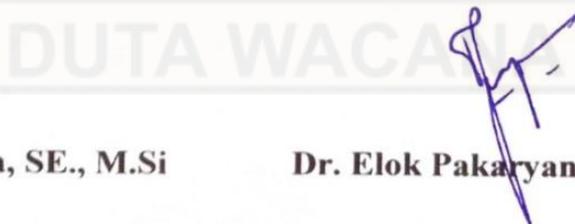
Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangera, SE., M.Si



Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

PENGARUH LAYANAN BUY NOW PAY LATER, CONSUMER ATTITUDE DAN CONSUMER SATISFACTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIKALANGAN PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA

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 duplikat dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi mana pun, kecuali bagi yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yaitu pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 7 Desember 2023


ADAKX773241798
Aster Supita Sari

(11200909)

HALAMAN MOTTO

“Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu”

2 Tawarikh 15 : 7

“Apa pun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia”

Kolose 3 : 23

“You never know what the future holds,
so just do your best”

Baekhyun

“Don't give up on your dreams, or your dreams will give up on you”

Baekhyun

“Tidak semua usaha itu dipermudah,
tapi semua yang berusaha pasti berbuah”

“Kamu tidak bisa menyenangkan semua orang, kamu bukan Pizza”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memimpin saya serta memampukan dan memberikan kekuatan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua terkasih Bapak Supriyadi dan ibu Oktavia Ratna Kurnyasih dan adik saya Stevanno Gilbert Firatna yang selalu setia mendoakan, mendukung dan memotivasi saya selama studi dan penulisan skripsi.
3. Kepada dosen pembimbing saya Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D. yang telah membimbing saya dalam membuat skripsi yang baik dan juga memberikan saya ilmu yang sangat bermanfaat bagi masa depan.
4. Kepada kekasih saya David Kurniawan yang selalu setia dan memberi dukungan serta semangat dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi.
5. Kepada idola saya EXO yang sudah membuat senang dengan karya - karya lagunya khususnya bias saya Baekhyun terima kasih telah membahagiakan dengan segala tingkahnya.
6. Kepada teman - teman seperjuangan skripsi yang telah memberi dukungan dan doa dalam mengerjakan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Ibu Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Bapak Drs. Sisnuhadi MBA., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Umi Murtini, SE., MSi selaku dosen wali dari awal perkuliahan hingga lulus.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu segala urusan dan permasalahan selama studi.

Yogyakarta, 7 Desember 2023

Aster Supita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Buy Now Pay Later	8
2.1.1 Pengertian Buy Now Pay Later.....	8

2.1.2 Buy Now Pay Later sebagai Pembayaran Baru di Era Digital.....	8
2.1.3 Indikator Buy Now Pay Later.....	9
2.2 Consumer Attitude.....	10
2.2.1 Faktor Mempengaruhi Consumer Attitude.....	11
2.2.2 Indikator Consumer Attitude.....	13
2.3 Consumer Satisfaction.....	14
2.3.1 Faktor Mempengaruhi Consumer Satisfaction.....	15
2.3.2 Indikator Consumer Satisfaction.....	16
2.4 Keputusan Pembelian.....	16
2.4.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.5 Kerangka Pemikiran.....	18
2.6 Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Populasi dan Sampel.....	22
3.2 Operasional dan Indikator Penelitian.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Metode Penelitian.....	27
3.5 Teknik Pengujian Instrumen.....	28
3.5.1 Uji Validitas Instrumen.....	28
3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	29
3.6 Teknik Analisa Data.....	29
3.6.1 Analisis Linear Berganda.....	29
3.7 Uji Statistik.....	30
3.7.1 Uji Linear Berganda.....	30

3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	31
3.7.3 Uji Simultan (Uji-F).....	31
3.7.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji-t).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	33
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	33
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
4.2 Statistik Deskriptif.....	36
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	39
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	42
4.3.3 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-f).....	44
4.3.4 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	45
4.4 Pembahasan.....	47
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.3 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
Lampiran.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Skala Likert.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran perbulan.....	38
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Shopee.....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji-F.....	44
Tabel 4.12 Hasil Uji-t.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021.....2



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner	64
Lampiran Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	70
Lampiran SPSS Regresi	74
Lampiran Data Kuesioner	77
Lampiran Data Excel Kuesioner	93



PENGARUH CONSUMER ATTITUDE DAN CONSUMER SATISFACTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MODERASI OLEH LAYANAN BUY NOW PAY LATER DIKALANGAN PENGGUNA SHOPEE DI YOGYAKARTA

Aster Supita Sari

11200909

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email : 11200909@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh layanan buy now pay later, consumer attitude dan consumer satisfaction terhadap keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pengujian menggunakan media SPSS. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa (1) layanan buy now pay later berpengaruh terhadap keputusan pembelian, (2) consumer attitude tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) consumer satisfaction tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) interaksi consumer attitude dengan layanan buy now pay later mampu memoderasi terhadap keputusan pembelian, (5) interaksi consumer satisfaction dengan layanan buy now pay later mampu memoderasi terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: layanan buy now pay later, consumer attitude, consumer satisfaction, dan Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF CONSUMER ATTITUDE AND
CONSUMER SATISFACTION ON PURCHASING DECISIONS
WHICH ARE MODERATED BY THE BUY NOW PAY LATER
SERVICES AMONG SHOPEE USERS IN YOGYAKARTA**

Aster Supita Sari

11200909

Department Management Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email : 11200909@students.ukdw.ac.id

ABSTARCT

This research aims to determine and analyze the influence of buy now pay later services, consumer attitude and consumer satisfaction on purchasing decisions among Shopee users in Yogyakarta. This research was conducted using a sample of 100 respondents. The method used is non-probability sampling with testing using SPSS media. The results of the study concluded that (1) buy now pay later services influence purchasing decisions, (2) consumer attitude does not significantly influence purchasing decisions, and (3) consumer satisfaction does not significantly influence purchasing decisions, (4) the interaction of consumer attitude with buy now pay later service is able to moderate purchasing decisions, (5) interaction of consumer satisfaction with buy now pay later service is able to moderate purchasing decisions.

Keywords: buy now pay later services, consumer attitudes, consumer satisfaction, and purchasing decisio

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

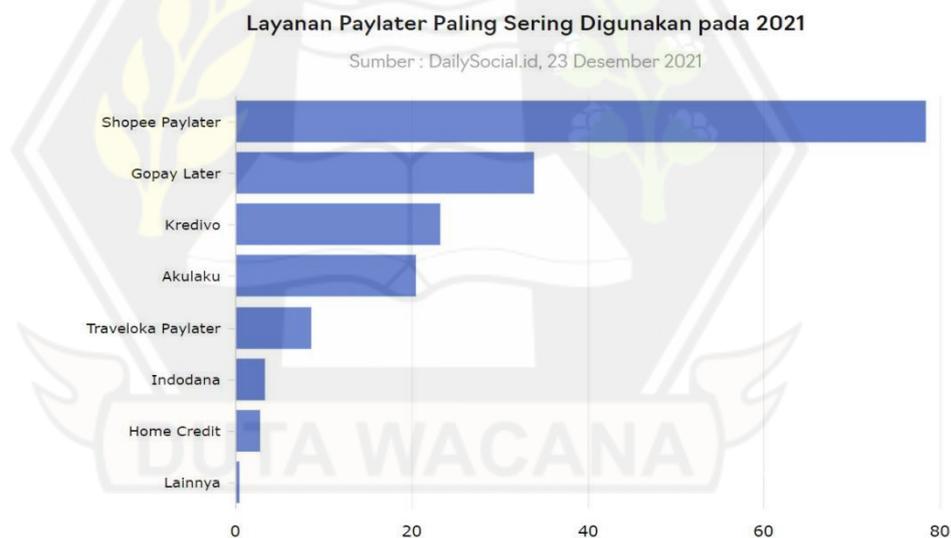
Di zaman digitalisasi sekarang, perkembangan dan kemajuan informasi terbilang sangat pesat, jangkauan internet sangat luas dan ruang gerak semakin tidak terbatas. Sehingga sekarang ini semua sudah memasuki era modern dengan adanya perkembangan teknologi, segala sesuatu dapat diperjualbelikan secara online dengan begitu semakin mudah untuk mendapatkan produk atau jasa apa yang diinginkan. Judul ini saya pilih karena kita semua tahu bahwa *marketplace* ini sangat populer di Indonesia. Penggunaanya tidak hanya pada kalangan anak muda saja, namun juga banyak kalangan masyarakat dewasa yang memiliki *smartphone* dan menggunakan aplikasi ini, yang dapat mereka gunakan untuk berbelanja atau pun keperluan bisnis. Karena saya juga merupakan pengguna dari *marketplace* ini maka yang tertarik untuk melakukan penelitian terhadap layanan yang ada pada *e-commerce* tersebut.

SPayLater atau Shopee PayLater merupakan salah satu alat pembayaran yang disediakan oleh PT Commerce Finance pada aplikasi Shopee yang dimana memudahkan pelanggan untuk membeli kebutuhan mereka dan dapat membayarnya di bulan berikutnya. Jadi maksudnya konsumen dapat membeli barang yang diinginkan tanpa membayarnya langsung, semisal kita belum memiliki cukup uang maka kita bisa memakai layanan tersebut untuk membeli produk atau jasa dan membayarnya pada bulan berikutnya ketika kita sudah mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan temuan DailySocial, pelanggan paling banyak yang menggunakan fitur layanan Shopee Paylater selama tahun 2021, yakni mencapai 78,4%. Di posisi kedua ada Gopay Later yang merupakan fitur beli sekarang bayar nanti paling populer di kalangan masyarakat umum. Sebesar 33,8% responden mengaku menggunakan fitur Paylater pada layanan Gojek. Berikutnya, 23,2% responden memakai fitur Paylater Kredivo. Selain itu, 20,4% responden menggunakan fitur Paylate pada layanan Akulaku. 8,6% konsumen menggunakan layanan Traveloka PayLater. Selanjutnya, 3,3% dan 2,8% pelanggan menggunakan fasilitas Paylater diIndodana dan Home Credit. Sisanya 0,4% konsumen menggunakan fungsi Paylater dengan layanan lain.

Gambar 1.1 Layanan Paylater paling banyak digunakan pada 2021

(Sumber: DailySocial.id)



Dengan menggunakan SPayLater, seluruh biaya penggunaan layanan Shopee ditanggung oleh PT. Commerce finance dimana melakukan pembiayaan transaksi dengan memberikan kredit pada saat proses checkout produk atau

jasa di aplikasi Shopee. Batasan kredit yang diberikan Shopee kepada pengguna SPayLater adalah maksimal Rp 4.500.000,00/bulan dan batas kredit dapat ditingkatkan sewaktu-waktu jika pengguna SPayLater tepat waktu pada saat akan membayar tagihannya. Batas waktu penyerahan *invoice* adalah tanggal 5, 11, dan 25 setiap bulannya. Untuk melihat jumlah tagihan Anda, Anda bisa langsung mengakses fitur SPayLater di aplikasi Shopee. (Permata & Haryanto, 2022).

Peneliti Howard dan Sheth, serta Fandy Tjiptono (2014:,p.353), menyatakan kepuasan pelanggan merupakan ukuran daya beli yang dirasakan dalam kaitannya dengan proposionalitas atau ketidaksesuaian antara hasil yang dicapai dan pengorbanan yang dibayarkan. Bahrudin, M. dan Zuhro, S.(2016) mengatakan tentang kepuasan konsumen adalah evaluasi terhadap keputusan pembelian tertentu dan keputusan yang didorong oleh pengalaman dalam memakai atau mengonsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan sebagaimana apa yang ingin atau perlu dipenuhi oleh konsumen untuk memenuhi keinginan yang dibutuhkan, misalnya suatu produk atau jasa. Tujuan pelanggan adalah menyediakan produk atau jasa dengan kualitas terbaik dan tertinggi. Oleh karena itu, kepuasan konsumen (consumer satisfaction) merupakan perbandingan harapan-harapan yang dimiliki pelanggan ketika memakai suatu produk atau jasa.

Menurut Nugroho Setiadi (2019:2) Perilaku konsumen merupakan tindakan yg secara terlibat langsung dalam memperoleh, mengonsumsi, memakai, dan menghabiskan barang atau jasa. Selain itu, Perilaku konsumen ialah sebagai aktivitas individu yang terlibat dalam mendapatkan dan

menggunakan produk atau jasa termasuk didalamnya proses menentukan keputusan pada penentu kegiatan tersebut. Sehingga disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen ialah suatu kegiatan atau perbuatan langsung yang dilakukan oleh pembeli dalam memperoleh, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa.

Sebagai salah satu fitur transaksi keuangan secara digital, Shopee menawarkan fasilitas metode pembayaran yaitu Shopee PayLater. Layanan tersebut dapat menjadi solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh konsumen karena dapat menjadi pilihan untuk mendapatkan produk yang akan dibeli. Layanan shopee payLate salah satu metode pembayaran Shopee dimana sistem pada layanan ini ialah *Buy Now Pay Later* atau “beli sekarang, bayar nanti”. Bisa juga melakukan cicilan dalam periode tertentu. Jadi, apabila konsumen membutuhkan barang atau produk yang mendesak tetapi belum memiliki dana yang cukup maka konsumen dapat menggunakan layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhannya dan membayarnya pada saat tanggal jatuh tempo yang sudah dipilih sebelumnya.

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Vegas D.T (2022) mengatakan permasalahan kekurangan dana saat berbelanja kini berkurang. Hal ini dikarenakan adanya ketersediaan fitur *Buy Now, Pay later* dapat menjawab rasa akan kekhawatiran kekurangan dana pada saat akan melakukan pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Consumer Attitude dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dikalangan pengguna Shopee?
2. Apakah Consumer Satisfaction dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dikalangan pengguna Shopee?
3. Apakah Layanan Buy Now Pay Later memiliki pengaruh moderasi dengan Consumer Attitude terhadap Keputusan Pembelian dikalangan pengguna Shopee?
4. Apakah Layanan Buy Now Pay Later memiliki pengaruh moderasi dengan Consumer Satisfaction terhadap Keputusan Pembelian dikalangan pengguna Shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh consumer attitude terhadap layanan buy now pay later dikalangan pengguna shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh consumer satisfaction terhadap layanan buy now pay later dikalangan pengguna shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh moderasi layanan buy now pay later dengan consumer attitude terhadap keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh moderasi layanan buy now pay later dengan consumer satisfaction terhadap keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya ialah sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan referensi atau bahan acuan pembelajaran bagi mahasiswa/I Universitas Kristen Duta Wacana.

b. Manfaat Untuk Praktisi

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan pembelajaran serta pedoman yang membantu masyarakat dalam penerapan kredit berbasis internet seperti Paylater, sehingga masyarakat dapat menerapkannya dengan baik.

c. Manfaat Bagi Penulis

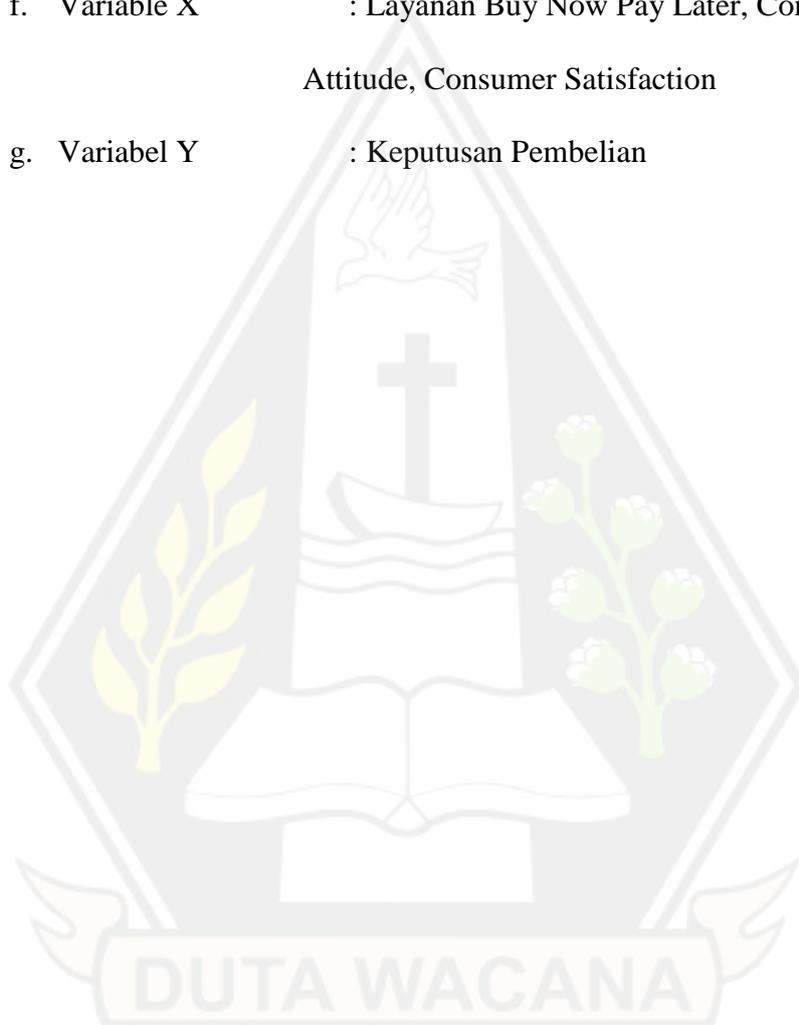
Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberi suatu pengetahuan baru bagi penulis, sehingga penulis dapat memperoleh pertimbangan untuk merespon kehidupan nyata terkait Pengaruh Consumer Attitude dan Consumer Satisfaction Terhadap Keputusan Pembelian yang dimoderasi oleh Layanan Buy Now Pay Later Dikalangan Pengguna Shopee Di Yogyakarta.

1.5 Batasan Penelitian

Terdapat batasan didalam penelitian ini diantaranya ialah:

- a. Tempat : Yogyakarta
- b. Waktu : September - Selesai

- c. Responden : Masyarakat yang menggunakan Shopee dan sudah pernah menggunakan layanan Paylater Shoppe
- d. Jumlah responden : 100 orang
- e. Usia : 17 tahun – dewasa
- f. Variable X : Layanan Buy Now Pay Later, Consumer Attitude, Consumer Satisfaction
- g. Variabel Y : Keputusan Pembelian



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini yang terkait dengan Pengaruh Layanan Buy Now Pay Later, Consumer Attitude dan Consumer Satisfaction Terhadap Keputusan pembelian Dikalangan Pengguna Shopee di Yogyakarta, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Consumer attitude tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian dikalangan pengguna shopee di Yogyakarta.
2. Consumer satisfaction tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee Di Yogyakarta.
3. Layanan Buy Now Pay Later memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee di Yogyakarta
4. Interaksi consumer attitude dengan layanan buy now pay later mampu memoderasi terhadap Keputusan Pembelian dikalangan pengguna shopee di Yogyakarta.
5. Interaksi consumer satisfaction dengan layanan buy now pay later mampu memoderasi terhadap Keputusan Pembelian dikalangan pengguna shopee di Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Terdapat kekurangan serta keterbatasan yang penulis temui dalam penelitian ini. Karena pengumpulan data yang terkesan lama melebihi batas waktu yang diperkirakan.
2. Variabel penelitian yang diteliti hanya terbatas seputar layanan buy now pay later, consumer attitude dan consumer satisfaction, sementara masih terdapat variabel lainnya yang berpotensi memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee.
3. Penulis tidak bisa memantau secara langsung jawaban dari responden, sehingga kemungkinan masih ada responden yang tidak membaca pertanyaan dengan baik dalam kuisiner.

5.3 Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Bersasarkan hasil penelitian variabel layanan buy now pay later, didapatkan nilai signifikansi sbesar 0,001. Variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee di Yogyakarta. Sehingga diharapkan perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas layanan shopee paylater dan dapat menjadikan layanan ini sebagai *opsi* transaksi pembayaran bagi konsumen ketika membutuhkan produk atau jasa tetapi masih terkendala dalam biaya pada saat ingin melakukan pembelian di *marketplace* shopee.

b. Berdasarkan hasil penelitian variabel consumer attitude, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Variabel ini menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dikalangan pengguna shopee di Yogyakarta. Yang artinya bahwa responden pada penelitian ini mengamati bahwa consumer attitude terhadap keputusan pembelian di Yogyakarta sangat penting. Sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan segala kualitas produk maupun layanan supaya konsumen dapat membeli barang atau produk dengan nyaman dan mudah.

2. Bagi peneliti yang akan datang

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai pedoman maupun juga sebagai acuan penelitiannya. Sehingga bisa memperdalam analisis menggunakan variabel berbeda seperti kualitas layanan dan kualitas produk dan lain-lain.
- b. Diharapkan peneliti di masa mendatang bisa memperbaharui kekurangan dari penelitian ini dengan menambah beberapa tujuan dan pengembangan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran produk.

Daftar Pustaka

- Afandi, A., Sari, D. P., Fadhillah, A., Farizal, N., & Arif, M. (2022). Faktor Penentu Niat Menggunakan Paylater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Kunuz: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 147-163.
- Alma, Buchari. (2014). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabet
- Ardhanari, M. (2012). Customer satisfaction pengaruhnya terhadap brand preference dan repurchase intention private brand. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 58-69.
- Aria, P. (2019). Pahami Risiko PayLater, Fitur Peggoda Milenial Berbelanja. [Katadata.co. id](http://Katadata.co.id). Kata Data.
- Baehaqi, M. A., Udayana, I. B. N., & Welsa, H. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk terhadap Customer Satisfaction dan Keputusan Pembelian Konsumen. *Widya Manajemen*, 4(1), 21-33.
- Baskara, I. B. (2015). Pengaruh potongan harga (discount) terhadap pembelian tidak terencana (Impulse Buying)(studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 5(2), 87-96.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 1-17.
- Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis (E. Risanto. *Penerbit Andi*.

- Buana, S. A. M., Leow, J. A., Marvinson, G., Zukhrufa, A., & Keni, K. (2023). Sales Promotion, Live Streaming, Subjective Norm Terhadap Impulsive Buying Dengan Paylater Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 25(2), 413-428.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 8(3), 1-15.
- Daryanto, & Setyobudi, I. 2014. Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: *Gava Media*
- Daryanto, I. S. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. *Cetakan I. Yogyakarta: Gava Media.*
- Dewi, S. K. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Fitur Pay Later Pada Aplikasi Traveloka* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia), 1-103
- Dr. Wahidmurni, M. P. (2017). Pemaparan metode penelitian kuantitatif. UIN Maulana Malik
- Febrina, S. (2023). Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pengguna di Bandar Lampung, Universitas Lampung, 1-71.

- Gohae, M. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Anisa Kecamatan Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 4(2), 297-308
- Indrasari, Y. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Cabang Malang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 86-96.
- Julita, E., Idwal, B., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953-2957.
- Kartikasari, D. (2013). Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian (Penelitian pada mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2012/2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang mengkonsumsi produk mie instan merek Indomie) (Doctoral dissertation, Brawijaya University), 1-8.
- Khadijah, U. L., & Novianti, E. (2019). Potensi Wisata Jawa Barat. Bandung: Unpad Press.
- Khairunnisa, F., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Secara Online Melalui E-commerce Shopee Di Indoneisa. *eProceedings of Management*, 8(1).
- Kotler & Armstrong. (2012). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kotler & Armstrong. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi Tigabelas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P &G. Amstrong. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jakarta: indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 jilid 1 dan 2. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P & Keller K. L. (2012). *Marketing Management*, Edition 14, England: Pearson Education.
- Kotler, P & Keller K. L.(2012). *Marketing Management*, Edition 14, England: Pearson Education
- Kotler, P & Keller K. L. (2007). *ManajemenPemasaran*, EdisiKeduaBelas, Jilid 1, PenerbitIndeksJakarta.
- Kotler, P & Keller K. L, 2007, *ManajemenPemasaran*, EdisiKeduaBelas, Jilid 2, PenerbitIndeks:JakartaMedia.
- Marzuki, A., Armereo, C., & Rahayu, P. F. (2020). *Praktikum Statistik*. Ahli Media Press.
- Mekel, V. R., Moniharapon, S., & Tampenawas, J. L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada

- perusahaan transportasi gojek Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1285-1294.
- Nulufi, K., & Murwartiningsih, M. (2015). Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2).
- Nurdiansah, A., & Widyastuti, W. (2022). Pengaruh Price Discount Terhadap Customer Satisfaction Dan Repurchase Intention (Studi Pada Pengguna Shopee Food). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(8), 1495-1514.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425-432.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818-828.
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Self Control dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior pengguna Layanan Buy Now Pay Later. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 21(1), 60-74.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39-50.

- Saputri, M. E. (2016). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia. *Jurnal Sositologi, 15(2)*, 291-297.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, 7(1)*, 44-57.
- Setiadi, N. J. (2010). Perilaku konsumen: perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen. *Jakarta: Kencana, 255*.
- Setyobudi, I., & Bintoro, I. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. *Yogyakarta: Penerbit Gava Media*.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono,. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G. Bandung: PT Alfabeta
- Sugiyono, (2017), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen.(Cetakan ke-6).Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku konsumen. *Bogor: Ghalia Indonesia*.

- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen (Kedua)*. Ghalia Indonesia
- Sihombing, F. I. S., Maharani, Q. P., Amelia, F. C., & Amelia, C. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Shopee PayLater. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 9-17.
- Sonia, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung), 1-97
- Tjiptono, F. & G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia Tjiptono, F., Gregorius, Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa—Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Widawati, L. (2011). Analisis perilaku “impulse buying” dan “locus of control” pada konsumen di carrefour Bandung. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 27(2), 125-132.