

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN  
*SHOPEE PAYLATER* (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNITRI  
ANGKATAN 2020)**

**SKRIPSI**

**MANAJEMEN**



**Disusun oleh:  
Oktaviana kolo  
2020120010**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
FAKULTAS EKONOMI  
MALANG  
2024**

## **RINGKASAN**

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda dan ukuran sampel 170 mahasiswa magister manajemen tahun 2020. Penulis menggunakan survei Slovenia untuk mengumpulkan data, dengan 100 responden. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas dengan pengambilan sampel secara sengaja adalah penambahan sampel dengan kriteria tertentu. Menurut temuan penelitian, skor uji-f ditemukan lebih tinggi dari pada nilai f-tabel (3,940) dengan jumlah yang signifikan (0,000). Artinya, dengan cara yang sama, variabel kepercayaan (X1) dan risiko (X2) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap interval-Y di unit manajemen tahun 2020. Dalam hal ini, kepercayaan memiliki dampak positif pada harga penutupan transaksi dengan nilai signifikansi kurang dari 0,0001 ( $<0,05$ ). Akibatnya, H1 ditolak dan risiko memiliki dampak positif pada harga penutupan transaksi. Dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,00 ( $<0,05$ ), hal ini menunjukkan adanya risiko signifikan yang berdampak buruk pada penyerapan H2.

**Kata Kunci : Kepercayaan, resiko dan keputusan pembelian**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Industri jasa keuangan tengah mengalami perubahan signifikan akibat penggunaan berbagai teknologi. Ada empat faktor yang mendorong perubahan tersebut, yaitu perubahan ekspektasi konsumen, pemanfaatan data untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, pembentukan aliansi baru dengan perusahaan teknologi keuangan, dan peralihan dari model bisnis tradisional ke digital. Organisasi ritel menghadapi masalah yang signifikan akibat perubahan perilaku pembelian konsumen yang diakibatkan oleh perluasan dunia digital dan bantuan pemerintah untuk transformasi digital (Rossa & Ashfath, 2022). Kini, konsumen dapat memperoleh produk yang diinginkan tanpa harus keluar rumah berkat pertumbuhan transaksi digital. Untuk menyiasatinya, sejumlah sektor ritel mulai merambah pasar daring dan meningkatkan efisiensi toko fisiknya. Perubahan perilaku konsumen dipengaruhi oleh kesan konsumen yang telah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan terhadap tempat, harga, promosi, dan jarak (Kurniaputra & Nurhadi, 2018).

Alasan utama konsumen mengalihkan kebiasaan berbelanja dari toko offline ke toko online adalah kemudahan yang ditawarkan oleh pengecer online. Namun, terlepas dari kemudahan ini, masih ada sejumlah alasan mengapa konsumen memilih untuk tidak berbelanja online, seperti kemungkinan penipuan sistem pembayaran dan kualitas (Putri & Iriani, 2016). 2020 di Inggris Raya. Akibatnya, pelanggan dapat melakukan pemesanan ulang karena kemudahan dan kepercayaan jika risiko penggunaan dikelola dengan tepat. Menurut Susanti (2021), e-commerce telah menjadi platform paling populer untuk

membeli dan menjual karena kemudahan dan efektivitasnya. E-commerce menawarkan berbagai layanan keuangan, termasuk fitur Paylater, untuk memfasilitasi pembayaran pembelian e-commerce, sehingga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan konsumen.

Saat melakukan pembelian melalui platform daring, seperti e-commerce, Paylater merupakan opsi pembayaran alternatif yang memungkinkan Anda untuk menunda atau membayar secara mencicil. Fungsi ini identik dengan bisnis pinjaman daring tanpa kartu kredit. Paylater menawarkan sejumlah manfaat, termasuk kemampuan bagi pengguna untuk membagi pembayaran selama jangka waktu tertentu (1–12 bulan) dan kemudahan dalam hal pembayaran yang lebih sederhana, untuk memudahkan pengelolaannya dan membantu mereka terhindar dari bunga tinggi. Meskipun Paylater tampak berfungsi mirip dengan kartu kredit pada pandangan pertama, sifatnya yang digital atau tanpa kartu membuatnya berbeda.

**Tabel 1 1 Pengguna terbanyak aplikasi *Paylater***

| Marketplace            | Presentase |
|------------------------|------------|
| <i>Shopee Paylater</i> | 78,4%      |
| <i>Go Paylater</i>     | 33,8%      |
| kredivo                | 23,2%      |
| akulaku                | 20,4%      |
| Traveloka paylatter    | 8,9 %      |
| Idodana                | 3,3%       |
| Home Credit            | 2,3%       |
| lainnya                | 0,4%       |

Sumber: data indonesia.Id

Shopee merupakan salah satu peritel daring terbesar di ASEAN. Menurut Mahdi (2022) dalam (Akbar, 2023), Shopee merupakan Paylater yang paling diminati. Oleh karena itu, e-commerce ini bermitra dengan perusahaan keuangan untuk menyediakan layanan Paylater guna memperlancar transaksi pelanggan. Opsi Paylater ini dikenal dengan nama SPaylater (*Shopee Paylater*) dalam e-commerce Shopee. Jika sebaran kartu

kredit tidak mengalami pertumbuhan eksponensial, terutama di kalangan kelas menengah ke bawah, Paylater memiliki peluang besar untuk menjadi pilihan utama pembayaran kredit. Konsumsi digital sangat marak di kalangan Generasi Z dan Milenial. Lebih jauh, berbeda dengan kartu kredit, aktivasi fitur Paylater memiliki prasyarat dan aplikasi yang lebih sederhana. Banyak anak muda yang mempercayai *Shopee Paylater* untuk memproses pembayaran pembelian, meskipun fitur Paylater akan lebih diminati. Hal ini dikarenakan prosesnya yang cepat dan aman, karena telah dijaga dan diawasi oleh OJK. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan adanya risiko; Risiko adalah kekhawatiran mengenai risiko yang tidak diketahui yang dapat terjadi pada konsumen mana pun sebelum membuat keputusan pembelian untuk menggunakan pembayaran Paylater. Contoh risiko ini termasuk denda dan bunga tambahan jika Anda terlambat membayar tagihan. Pilihan akhir konsumen untuk membeli barang atau jasa setelah memikirkannya dengan saksama dikenal sebagai keputusan pembelian. Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan barangnya dan meningkatkan pendapatan adalah salah satu alasan utama mengapa pilihan pembelian sangat penting. Sebelum memutuskan barang mana yang akan dibeli, konsumen sering kali perlu mempertimbangkan pilihan mereka dan melakukan perhitungan. Di mana penilaian tentang apa yang akan dibeli sangat dipengaruhi oleh risiko dan kepercayaan, terutama saat berurusan dengan uang.

Untuk itu penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Metode Pembayaran *Shopee Paylater* (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Unitri Angkatan 2020)** .

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini yang menjadi rumusan masalah antara berikut:

1. Apakah kepercayaan berperan dalam keputusan untuk membeli sesuatu melalui *Shopee Paylater*?
2. Apakah risiko memengaruhi keputusan untuk menggunakan *Shopee Paylater* untuk pembelian?
3. Apakah risiko dan kepercayaan bekerja sama untuk memengaruhi keputusan mahasiswa unit manajemen angkatan 2020 untuk menggunakan *Shopee Paylater* untuk pembelian?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menggunakan *Shopee Paylater* untuk menentukan apakah kepercayaan mempengaruhi pilihan untuk membeli.
2. Menggunakan *Shopee Paylater* untuk menentukan paket risiko mana yang mempengaruhi pilihan untuk membeli.
3. Menggunakan *Shopee Paylater* untuk menentukan apakah risiko dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Keunggulan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Menggunakan Shopee Paylater untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana kepercayaan dan resiko berinteraksi untuk memengaruhi pilihan pembelian siswa di unit manajemen tahun 2020.

2. Bagi Universitas Secara khusus, mahasiswa manajemen dapat menggunakannya sebagai bantuan saat menyusun proposal penelitian dan sebagai sumber daya bagi peneliti masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Edisi 1). Aswaja Pressindo.
- Akbar, R. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Resiko Dan Promosi, Terhadap keputusan Penggunaan *Shopee Paylater* Di Solo Raya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 279–289. File:///C:/Users/Netsian Komputer/Downloads/Skripsi/Acuan Jurnal/Jrea++Volume+1,+No.+3,+September+2023+Halaman+213-235.Pdf
- Cahyono, T. (2015). *Statistik Uji Normalitas*. Yasamas.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran *Paylater*. *Public Knowledge Project Telkom University*, 2(1), 89–103. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14958/14862>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 1* (Edisi 5). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri. *Jurnal Stie*, 8(1), 109–120. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Kurniawan, R. & B. Y. (2016). *Analisis Regesi*. Kencana.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Nugroho, E. (2018). *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*. Ub Prres.
- Patarianto, P. (2015). Analisisa Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Mandiri Persero Tbk Cabang Sidoarjo Gedang. *Jurnal Maksiprenur*, Vol.4(2), 28–37.
- Prayusi, A. D., & Ingriyani, L. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Persepsi Risiko , Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Shopee Paylater* ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta ). *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.
- 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. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Putu, N., Anggraeni, N., & Darma, G. S. (2023). *Pengaruh Kemudahan , Risiko , Gaya Hidup , Dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Di Indonesia*. 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
- Riyanto, W. Hidayat & A. M. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Universitas Muhammadiyah.
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna *Spaylater (Shopee Paylater)* Di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen ...*, 1–15. <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>

- Susanti, R. A. D., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan dan kemanfaatan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57-71.
- Santoso. (2001). *Buku Latihan Spss Statistis Parametrik*. Pt. Elex Media Komputindo.
- Siyato, S. & S. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Edisi 1). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Supriadi. (2017). *Metodologi Penelitian & Teknik Penulisan Karya Ilmiah*. Nem.
- Wulan Dary, R., & Pudjiharjo, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Spaylater*. *Islamic Economics And Finance In Focus*, 1(3), 252–263. [Http://Dx.Doi.Org/10.21776/Ieff](http://Dx.Doi.Org/10.21776/Ieff).
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online *Spaylater* Pada Mahasiswa Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62. [Https://Doi.Org/10.23887/Jjpe.V15i1.63061](https://Doi.Org/10.23887/Jjpe.V15i1.63061)