

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODEPEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER DI WILAYAH KOTA SURAKARTA

Essen Atwandira Putri¹, Ahmad Husin², MG Sukamdiani³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Wijaya Mulya Surakarta
Email : essenseputri@gmail.com

Abstract

The Effect of Trust, Convenience, and Risk on Purchasing Decisions Using the Shopee Paylater Payment Method in the Surakarta City Region. This study aims to determine the effect of Trust, Convenience and Risk partially on Purchase Decisions using the Shopee Paylater payment method in the Surakarta area. To determine the effect of Trust, Convenience and Risk simultaneously on Purchasing Decisions using the Shopee Paylater payment method in the Surakarta area. To find out which variables have the most dominant influence on Trust, Convenience, and Risk on Purchase Decisions using the Shopee Paylater payment method in the Surakarta area. Based on the results of the study, the regression results were obtained: $Y = 1.187 + 0.893 X_1 + 0.216 X_2 + 0.187 X_3$. Based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and the variables are reliable. Individually, the variable that has the greatest influence is the Trust Variable with a regression coefficient of 0.893, followed by the Ease Variable with a regression coefficient of 0.216 and the Risk Variable with a regression coefficient value of 0.187. Hypothesis testing using the t test states that partially the independent variables consisting of Trust (X1), Ease (X2) and Risk (X3) affect the dependent variable in the form of Purchase Decision (Y) and hypothesis testing using the F test shows that simultaneously there is a significant influence between the variables Trust (X1), Ease (X2) and Risk (X3) on Purchasing Decisions (Y). Adjusted R Square figure of 0.926 (92.6%) indicates that the purchasing decision variable can be explained by the variables Trust (X1), Ease (X2) and Risk (X3), and the remaining 7.4% is influenced by other variables and is not included in analysis of this research.

Keywords : Trust, Convenience, Risk, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Di era seperti ini, evolusi transaksi finansial terus berlangsung bahkan berkembang pesat. Uang kartal secara fisik sudah mulai digantikan oleh uang non-fisik (nontunai). Selain pembayaran menggunakan kartu, di era digital seperti ini sudah mulai digunakan uang elektronik. Sehubungan dengan adanya perkembangan teknologiyang serba mudah dan instan memungkinkan untuk dijadikan sebuah peluang bagi perusahaan *E-Commerce* dalam mengembangkan usahanya menjadi lebih baik.

Dengan teknologi berbasis internet yang memberikan peluang untuk berkembangnya perusahaan *E-Commerce*, maka muncullah berbagai macam jenis platform yang menyediakan kebutuhan sehari-hari secara *online*. *E-commerce* merupakan proses membeli, menjual, atau memperdagangkan data, barang, atau jasa melalui internet Turban *et al.*, (dalam Canestren & Saputri, 2021) . Terdapat banyak jenis *e-commerce* yang berkembang di Indonesia. *E-commerce* jenis *marketplace* adalah jenis *e-commerce* yang sangat berkembang. *Market place* yang ada di Indonesiasangat beragam, seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Blibli, Zalora, JD ID, dan lain sebagainya.

Menurut laporan terbaru kuartal II-2020 PETA *e-commerce* iPrice, posisi pertama diambil alih oleh Shopee, dimana pengunjung website Shopee mencapai 93,44 juta per bulan. Sementara Tokopedia hanya 86,103 juta perbulan. Shopee bisa menempati posisi pertama dipengaruhi beberapa hal, seperti TV, iklan yang muncul di Website/Social Media, dan Youtube. Shopee merupakan perusahaan *e-commerce* yang menjadi wadah belanja *online* dengan memfokuskan pada platform mobile, sehingga memudahkan pelanggan untuk mencari barang yang dibutuhkan. Metode pembayaran yang disediakan oleh Shopee sangat beragam, seperti *Shopeepay*, *Shopee Paylater*, Transfer Bank, COD dan lain sebagainya. Namun, ada yang menarik dari metode pembayaran Shopee yaitu adanya fitur *paylater*.

Fitur *paylater* merupakan layanan pinjaman *online* tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar suatu transaksi di kemudian hari, baik dengan sekali bayar atau dengan mencicil. Fitur *paylater* yang tergolong baru pada tahun 2017 membuat banyak orang tidak melirik fitur ini, karena sebagian orang merasakan dibebankan bunga yang tinggi dan adanya sistem yang tidak transparan di belakangnya.

Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli. Ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian seperti kepercayaan, kemudahan dan juga resiko yang akan terjadi dalam pembelian terutama dalam menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

Dalam melakukan pembelian produk tentunya banyak faktor yang mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian salah satunya kepercayaan. Jika rasa percaya konsumen terhadap fitur Shopee *paylater* tinggi, maka semakin yakin pula konsumen untuk menggunakan fitur tersebut. Modal utama untuk menuju suatu kesuksesan dalam suatu bisnis terutama bisnis *online E-commerce* adalah kepercayaan (Pratama dalam Aisah, 2022). Dalam kegiatan bisnis saling percaya menjadi salah satu syarat utama, apalagi *E-commerce* dimasa ini sudah berkembang pesat (Ardiansyah dalam Aisyah, 2022). Maka dari itu konsumen terlebih dahulu harus mempunyai keberanian untuk melaksanakan transaksi pada media *online*, karena konsumen harus menjauhkan informasi asimetris yang selalu digunakan beberapa pihak untuk melakukan kejahatan *cyber* (Supriyono dalam Aisyah, 2022).

Saat ini sudah sering terjadi penipuan *online*, terutama dalam penggunaan transaksi belanja dan pinjaman di media *online*. jadi, jika konsumen belum mempercayai suatu *platform* maka hal tersebut memicu tidak akan ada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Fanny dan Sri (2020) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman *online*.

Selain faktor kepercayaan, faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian adalah kemudahan (kemudahan penggunaan). Kemudahan sangat berdampak pada kelakuan seseorang dalam memanfaatkan teknologi karena semakin banyak seseorang percaya dan menggunakan teknologi maka mereka akan cenderung semakin mudah dalam mengakses kabar diinternet (Hartono dalam Aisyah, 2022).

Kemudahan ialah keyakinan individu terhadap penggunaan teknologi yang mana hal tersebut tidak merepotkan dan tidak menggunakan banyak tenaga untuk melakukannya (Widjaja dalam Aisyah, 2022). Dengan adanya teknologi ini, penjual dan pembeli secara online dapat dilakukan dengan mudah. Karena dengan tidak bertemunya kedua belah pihak bahkan meskipun waktu dan ruang terbatas justru proses transaksi tetap terjadi dan tentunya

lebih mudah, baik dalam komunikasi jarak jauh dan penawaran jarak jauh. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendara Dan Amiruddin (dalam Aisyah, 2022) menunjukkan hasil bahwa variabel kemudahan memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain perlunya rasa percaya dan kemudahan penggunaan sebelum melakukan keputusan pembelian secara *online*, resiko juga dapat memicu konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Resiko tersebut merupakan sebuah kekhawatiran individu yang tidak dapat diprediksi di awal dan bisa terjadi pada setiap konsumen (Nursani dalam Aisyah, 2022). Jadi hal ini sangat penting untuk diperhatikan oleh konsumen. Karena, yang akan dialami konsumen belum bisa dipastikan seperti apa dikemudian hari. Menurut Sciffman dan Kanuk (dalam Aisyah, 2022) resiko merupakan keputusan seseorang atau pembeli yang tidak dapat diperkirakan. Hal tersebut sangat berakibat pada setiap pembeli. Akibat yang akan dirasakan oleh pembeli seperti, barang yang dikirim tidak tepat waktu, kerusakan barang, serta lain sebagainya. Penilaian seseorang terhadap sesuatu yang berakibat negatif akan menyebabkan kekhawatiran dengan resiko yang wajib diterima, juga bisa diartikan menjadi persepsi resiko. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Faisal (dalam Aisyah, 2022) dalam bahwa persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. TINJAUAN PUSTAKA ATAU LANDASAN TEORI

Kepercayaan (X1)

Kotler & Keller (2016) yang menjelaskan kepercayaan adalah kemauan konsumen dalam mempercayai produk dan jasa dengan segala risikonya karena adanya suatu harapan yang dijanjikan dan mampu memberikan hasil yang positif bagi konsumen.

Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antarorganisasi. Seperti kemampuan, integritas, kejujuran dan kebaikan (Kotler & Keller, 2016). Indikator kepercayaan yang dipakai dalam penelitian ini antara lain :

1. *Benevolence* (Kesungguhan /Ketulusan)
2. *Ability* (Kemampuan)
3. *Integrity* (Integritas)
4. *Willingness to depend.* (Kemauan untuk bergantung)

Sumber: Kotler & Keller (2016)

Kemudahan (X2)

Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli *online*, *Perceived easy of use* didefinisikan Chin dan Todd (dalam Canestren & Saputri, 2021), merupakan seberapa besar teknologi computer dirasakan relative mudah untuk dipahami dan digunakan. Indikator Kemudahan yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Kemudahan navigasi
2. Kemudahan dipahami,
3. Kemudahan pembayaran
4. Pilihan transaksi yang *fleksibel*

Sumber: Adityo (2011), Ardyanto (2015), Sudjatmika (2017), dan Pudjihardjo (2015)

Resiko (X3)

Menurut Norken (dalam Inggardini dan Maheni, 2021) mengemukakan resiko sebagai faktor yang memberikan pengaruh buruk dan harus ditangani untuk tercapainya penyelesaian pekerjaan yang dibatasi oleh waktu, biaya dan kualitas. Indikator Resiko yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Resiko Sosial
2. Resiko Fungsional
3. Resiko Finansial

Sumber: Kotler dan Keller (2016)

Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2016:198) adalah keputusan dimana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli dan menikmati barang atau jasa diantara berbagai macam pilihan alternatif. Indikator Keputusan Pembelian yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Pemilihan Produk
2. Pemilihan Merek
3. Pemilihan Saluran Pembelian
4. Waktu Pembelian

Sumber: Kotler dan Keller (2016:195)

Penelitian Terdahulu

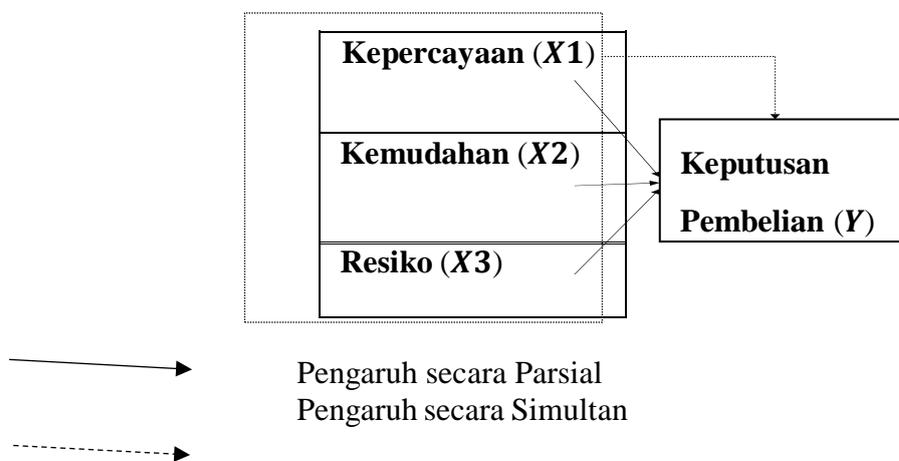
Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Nama Peneliti dan Litelatur	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater (Inggardini Asarila Canestren dan Marheni Eka Saputri, 2021)	Variabel bebas : kepercayaan, kemudahan dan resiko variabel terikat : keputusan pembelian.	Kepercayaan, kemudahan dan resiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.
2	Pengaruh <i>perceived ease of use</i> , <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived risk</i> , dan <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran <i>paylater</i> (Rita Dewi Anggraeni Purnamasari, Hadi Sasana, dan Ivo Novitaningtyas, 2021)	Variabel bebas: <i>perceived ease of use</i> (persepsi kemudahan), <i>perceived usefulness</i> (persepsi manfaat), <i>perceived risk</i> (persepsi resiko), dan <i>brand image</i> (citra merek, variabel terikat: keputusan pembelian.	Metode pembayaran Shopee PayLater dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel <i>perceived usefulness</i> (persepsi manfaat) dan <i>brand image</i> Variabel <i>perceived ease of use</i> (persepsi kemudahan) terbukti berpengaruh dengan arah pengaruh yang negatif dengan sedangkan <i>perceived risk</i> (persepsi resiko) tidak terbukti berpengaruh secara signifikan.

3	Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman <i>Online</i> Shopee <i>Paylater</i> (Silvy Warokadan Arif Fadila, 2022)	Variabel bebas: kepercayaan dan gaya hidup variabel terikat: keputusan pembelian.	variabel Kepercayaan dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman <i>Online</i> Shopee <i>Paylater</i> .
4	Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman <i>Online</i> Shopee <i>Paylater</i> (Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Iriani, 2020)	Variabel bebas: kepercayaan dan kemudahan variabel terikat: keputusan pembelian.	Kepercayaan, kemudahan secara simultan dan positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee <i>Paylater</i> .

Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel independent, dalam hal ini adalah Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) yang dilakukan oleh konsumen.



Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013:64). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Resiko secara parsial terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Surakarta
- H2 : Terdapat pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Resiko secara simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Surakarta
- H3 : Variabel Kepercayaan adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Surakarta..

3. METODE PENELITIAN

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah bidang manajemen pemasaran yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan resiko menggunakan metode pembayaran shopee *paylater* di wilayah Surakarta.

Penelitian ini ditujukan kepada konsumen/pengguna *e-commerce* shopee di wilayah Surakarta sebagai sarana untuk berbelanja *online* dengan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari – April 2023.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti atau dipelajari untuk ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi pada penelitian ini adalah semua pengguna *e-commerce* shopee dan pernah melakukan transaksi di shopee menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*, khususnya di wilayah Surakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi apabila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu dan sampel yang diambil dari populasi harus benar – benar mewakili (Sugiyono, 2017). Menurut Wiyono (2011:76) sampel merupakan bagian populasi yang mewakili dan akan diteliti atau sebagai jumlah dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang terwakili. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan karenapenelitian ini adalah penelitian survei, maka jumlah sampel minimum untukpenelitian survei diambil 100 responden.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode random sampling. Metode random sampling adalah pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2017).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validasi

Keputusan mengenai valid tidaknya setiap butir pertanyaan adalah dengan membandingkan antara r hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan nilai r tabel.

1) Kepercayaan (X1)

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden dengan 8 pertanyaan, ternyata semua instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel kepercayaan (X1) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
 Hasil Uji Validasi Instrumen Kepercayaan (X1)

No	R hitung	R tabel	Keputusan
1	0,756	0,195	Valid
2	0,738	0,195	Valid
3	0,626	0,195	Valid
4	0,500	0,195	Valid
5	0,462	0,195	Valid
6	0,608	0,195	Valid
7	0,471	0,195	Valid
8	0,738	0,195	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 25

2) Kemudahan (X2)

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden dengan 8 pertanyaan, ternyata semua instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel Kemudahan (X2) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3
 Hasil Uji Validitas Instrumen Kemudahan (X2)

No	R hitung	R tabel	Keputusan
1	0,795	0,195	Valid
2	0,815	0,195	Valid
3	0,625	0,195	Valid
4	0,553	0,195	Valid
5	0,518	0,195	Valid
6	0,353	0,195	Valid
7	0,496	0,195	Valid
8	0,722	0,195	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 25

3) Resiko (X3)

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden, dengan 6 item pertanyaan, ternyata semua dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari variabel Resiko (X3) dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4
 Hasil Uji Validasi Instrumen Resiko (X3)

No	R tabel	R hitung	Keputusan
1	0,851	0,195	Valid
2	0,856	0,195	Valid
3	0,779	0,195	Valid
4	0,280	0,195	Valid
5	0,537	0,195	Valid
6	0,497	0,195	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 25

4) Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil penelitian terhadap 100 responden dengan 8 pertanyaan, ternyata semua instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji validitas dari

variabel Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5

Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

No	R hitung	R tabel	Keputusan
1	0,386	0,195	Valid
2	0,383	0,195	Valid
3	0,571	0,195	Valid
4	0,500	0,195	Valid
5	0,592	0,195	Valid
6	0,711	0,195	Valid
7	0,818	0,195	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 25

b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel artinya instrumen tersebut bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 (Kuncoro, 2013:181).

Tabel 6

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	0,6	Keputusan
1	Kepercayaan	0,762	0,6	Reliabel
2	Kemudahan	0,763	0,6	Reliabel
3	Resiko	0,722	0,6	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,772	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 25

2. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian pengaruh yang timbul dari dua variabel bebas atau lebih dapat diketahui dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini regresi linear berganda yang terjadi dibentuk dari tiga variabel bebas, yaitu Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) sedangkan variabel terikatnya yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 7
 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.187	1.036		1.146	.255
	Kepercayaan	.893	.043	.901	20.626	.000
	Kemudahan	.216	.052	.213	4.196	.000
	Resiko	.187	.058	.151	3.205	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Diolah dengan SPSS 25

Dari data tabel 7 dengan menggunakan program SPSS 25 maka persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah :

$$Y = 1,187 + 0,893 X_1 + 0,216 X_2 + 0,187 X_3$$

b. Pengujian secara Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Maka, dapat dilakukan melalui Uji t. berikut adalah hasil Uji t dalam penelitian ini:

1) Uji t yang berkaitan antara Kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.

a) Komposisi Hipotesis

Ho : $\beta_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independent Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap variabel dependen Keputusan pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.

Ha : $\beta_1 \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.

b) Level of signifikan (α) = 0,05

c) Menentukan t tabel

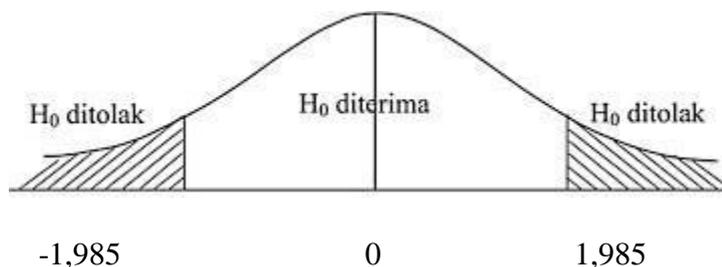
Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ (Uji 2 sisi) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985 dengan derajat kebebasan:

$$\begin{aligned} df &= n - k - 1 \\ &= 100 - 3 - 1 \\ &= 96 \end{aligned}$$

d) Kriteria Pengujian

H_0 diterima apabila $-1,985 \leq t_{hitung} \leq 1,985$

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} \geq 1,985$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel} -1,985$



e) Mencari t- hitung

Berdasarkan hasil olah data SPSS diperoleh t hitung = 20,626

f) Keputusan

Dari perhitungan yang dilakukan diatas maka dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel Kepercayaan (X1) sebesar 20,626 dengan signifikansi sebesar 0,000, sedangkan t_{tabel} adalah 1,985. Maka hal ini diartikan bahwa t_{hitung} (20,626)

$> t_{tabel}$ (1,985) dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.

2) Uji t yang berkaitan antara Kemudahan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.

a) Komposisi Hipotesis

$H_0 : \beta_2 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap variabel dependen Keputusan pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.

$H_a : \beta_2 \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), dan Resiko (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.

b) Level of signifikan 0,05

c) Menentukan t tabel

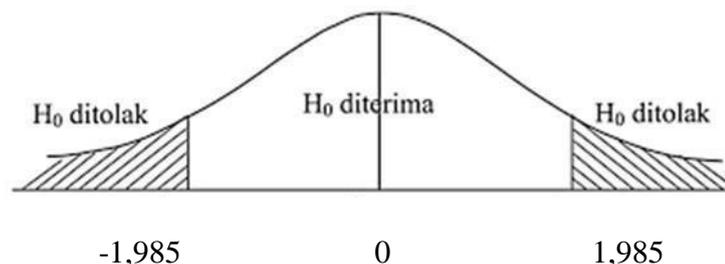
Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5 \%$ (Uji 2 sisi) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985 dengan derajat kebebasan:

$$\begin{aligned} df &= n - k - 1 \\ &= 100 - 3 - 1 \\ &= 96 \end{aligned}$$

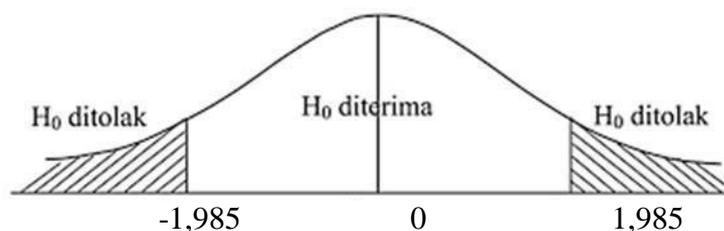
d) Kriteria Pengujian

H_0 diterima apabila $-1,985 \leq t_{hitung} \leq 1,985$

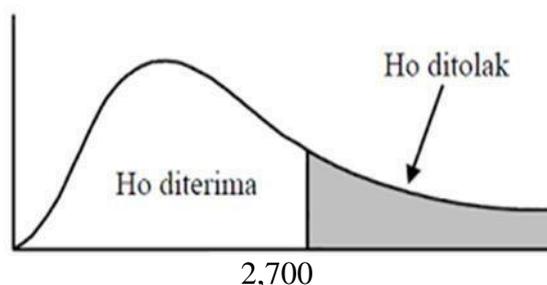
H_0 ditolak apabila $t_{hitung} \geq 1,985$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel} -1,985$



- e) Mencari t hitung
Berdasarkan hasil olah data SPSS diperoleh t hitung = 4,196
- f) Keputusan
Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai thitung untuk variabel Kemudahan (X2) sebesar 4,196 dengan signifikansi sebesar 0,000. sedangkan ttabel sebesar 1,985. Maka hal ini diartikan bahwa thitung (4,196) > ttabel (1,985) dan nilai probabilitas 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kemudahan (X2) terhadap variabel terhadap Keputusan Pembelian (Y) Menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.
- 3) Uji t yang berkaitan antara Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta
- a) Komposisi Hipotesis
Ho : $\beta_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap variabel dependen Keputusan pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.
Ha : $\beta_3 \neq 0$, artinya ada pengaruh yang signifikan secara parsial antarvariabel independen Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), dan Resiko (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.
- b) Level of signifikan 0,05
- c) Menentukan t tabel
Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\%$ (Uji 2 sisi) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,985 dengan derajat kebebasan:
$$df = n - k - 1$$
$$= 100 - 3 - 1$$
$$= 96$$
- d) Kriteria Pengujian
Ho diterima apabila $-1,985 \leq thitung \leq 1,985$
Ho ditolak apabila $thitung \geq 1,985$ atau $-thitung \leq -ttabel -1,985$



- e) Mencari t hitung
Berdasarkan hasil olah data SPSS diperoleh t hitung = 3,205
- f) Keputusan
Dari perhitungan yang dilakukan diatas maka dapat diketahui bahwa nilai thitung untuk variabel Resiko (X3) sebesar 3,205 dengan signifikansi sebesar 0,002, sedangkan ttabel sebesar 1,985. Maka hal ini diartikan bahwa thitung (3,205) < ttabel (1,985) dan nilai probabilitas 0,002 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.
- c. Pengujian secara Simultan (Uji F)
Untuk mengetahui secara bersama-sama antara variabel independent yaitu Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.
- a) Komposisi Hipotesis
Ho : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, Artinya tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.
Ha : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$, Artinya, ada pengaruh secara simultan antar variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta.
- b) Level of Signifikan $\alpha = 0,05$
- c) Menghitung nilai F tabel
$$F \text{ tabel} = 0,05 (k) \times (n - k - 1)$$
$$= 0,05 (3) \times (100 - 3 - 1)$$
$$= 0,15 \times (96)$$
$$= 2,700$$
- d) Kriteria Pengujian
Ho diterima apabila Fhitung \leq Ftabel
Ho ditolak apabila Fhitung \geq Ftabel



- e) Mencari F hitung
Dengan menggunakan bantuan software SPSS, dapat diperoleh hasil sebagaiberikut:

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA						
a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	760.848	3	253.616	411.879	.000 ^b
	Residual	59.112	96	.616		
	Total	819.960	99			

Sumber : Data diolah SPSS 25

Dari hasil olah data SPSS 25 tersebut diperoleh F hitung sebesar 411,879.

- f) Keputusan
Dari hasil perhitungan diatas maka dapat diperoleh hasil Fhitung (411,879) > Ftabel (2,700) maka Ho ditolak, yang berarti secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater di wilayah Kota Surakarta.
Dengan demikian maka hipotesis kedua yang menyatakan “terdapat pengaruh signifikan antara Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater di wilayah Kota Surakarta” terbukti kebenarannya.
- d. Analisis Koefisien Determinasi (R²)
Analisis Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Hasil perhitungan untuk nilai R² dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 9
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.963 ^a	.928	.926	.78470

Dilihat dari tabel 9 Pengukuran proporsi atau presentasi sumbangan dari seluruh variable Idependen (X1, X2, X3) yang terdapat dalam model regresi terhadap model regresi variabel dependen (Y) dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,926 \times 100 \% \\ &= 92,6 \% \end{aligned}$$

Jadi, besarnya pengaruh variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* sebesar 92,6 % dan sedangkan sisanya 7,4 % dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar variabel dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan Regresi Linear Berganda yang didapat dari hasil pengolahan dengan program SPSS 25 adalah $Y = 1,187 + 0,893 X_1 + 0,216 X_2 + 0,187 X_3$ Adapun dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a = 187 artinya apabila variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) sebesar nol, maka Keputusan Pembelian (Y) sebesar 1,187.

b₁= 893 artinya apabila variabel Kepercayaan (X1) mengalami kenaikan satu-satuan dan variabel Kemudahan (X2), variabel Resiko (X3) konstan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,893 satuan.

b₂= 216 artinya apabila variabel Kemudahan (X2) mengalami kenaikan satu-satuan dan variabel Kepercayaan (X1), variabel Resiko (X3) konstan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,216 satuan.

b₃= 187 artinya apabila variabel Resiko (X3) mengalami kenaikan satu-satuan dan variabel Kepercayaan (X1), variabel Kemudahan (X2) konstan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,187 satuan.

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* adalah Kepercayaan, karena $b_1 (0,893) > b_2 (0,216) > b_3 (0,187)$.

Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan “Variabel Kepercayaan adalah variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode

pembayaran Shopee *Paylater* diwilayah Surakarta” terbukti kebenarannya.

2. Analisis Uji t

Uji t yang berkaitan dengan Kepercayaan (X1) adalah bahwa nilai thitung untuk variabel Kepercayaan (X1) sebesar 20,626 dengan signifikansi sebesar 0,000, sedangkan ttabel adalah 1,985. Maka hal ini diartikan bahwa thitung ($20,626 > 1,985$) dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kepercayaan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta dan hipotesis terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Kemudahan (X2) adalah nilai thitung untuk variabel Kemudahan (X2) sebesar 4,196 dengan signifikansi sebesar 0,000. sedangkan ttabel sebesar 1,985. Maka hal ini diartikan bahwa thitung ($4,196 > 1,985$) dan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Kemudahan (X2) terhadap variabel terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta dan hipotesis terbukti kebenarannya.

Uji t yang berkaitan dengan Resiko (X3) adalah nilai thitung untuk variabel Resiko (X3) sebesar 3,205 dengan signifikansi sebesar 0,002, sedangkan ttabel sebesar 1,985. Maka hal ini diartikan bahwa thitung ($3,205 < 1,985$) dan nilai probabilitas $0,002 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta dan hipotesis terbukti kebenarannya.

3. Analisis Uji F

Dari hasil perhitungan diatas maka dapat diperoleh hasil Fhitung ($411,879 > Ftabel (2,700)$) maka H_0 ditolak, yang berarti secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Surakarta dan hipotesis terbukti kebenarannya.

4. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya perhitungan nilai R^2 dengan bantuan program SPSS 25 dalam analisis regresi linier berganda diperoleh angka koefisien determinasi sebesar 0,926, ini berarti besarnya pengaruh variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* sebesar 92,6 % dan sedangkan sisanya 7,4 % dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

5. PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial variabel bebas yang terdiri dari Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) mempengaruhi variabel terikat berupa Keputusan Pembelian (Y).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan

antara variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 92,6% pengaruh keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Resiko (X3), dan sisanya 7,4% dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk dalam analisis penelitian ini.
4. Variabel independen yang paling dominan mempengaruhi keputusan memilih pada penelitian ini adalah variabel Kepercayaan (X1), berdasarkan nilai beta tertinggi dibandingkan variabel independen lainnya dengan nilai beta sebesar 0,839.

B. Saran

Dengan melihat uraian kesimpulan diatas dan pembahasan yang penulis lakukan, maka penulis mencoba untuk memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran informasi dan masukan untuk mengetahui faktor dominan yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan transaksi yang ditawarkan sehingga pihak perusahaan dapat senantiasa menyusun strategi yang tepat dan meningkatkan berbagai fitur untuk memenuhi harapan konsumen juga dapat memberikan peningkatan penjualan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat menambahkan beberapa variabel lain yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA).
- 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)
- Donni Juni Priansa., 2017., *Perencanaan dan Pengembangan SDM*, Alfabeta, Bandung.
- Gendro,Wiyono. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart*
- PLS 2.0. Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM.
- Ghozali, Imam. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan PenerbitUNDIP.
- Jogiyanto Hartono 2012, *Analisis dan Desain Sistem Informasi: pendekatan terstruktur teoridan praktek aplikasi bisnis*, Yokyakarta : Andi Offset
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Masoud, Y. M. 2013. 'The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan'. *European Journal of Business and Management*. Vol.5, No. 6

- Muhana, H. A. Analisis Pelaksanaan Sistem Shopee Paylater Pada Aplikasi Shopee Perspektif Fatwa Dsn Mui Nomor 116/Dsn-Mui/Ix/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah.
- Murwatiningsih. dan E.P.Apriliani. 2013. Pengaruh Risiko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen. Jurnal Dinamika Manajemen, Vol 4(2):Hal. 184-191.
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee paylater. Jurnal Manajemen, 13(3), 420-430.
- 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.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:HimpunanJurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sawlani, D. K., & SE, M. (2021). Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan. Scopindo Media Pustaka.
- SAFITRI, N. R. (2022). *Sistem Shopee PayLater Dalam Pembayaran Jual Beli Online Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah* (Doctoral dissertation, UIN KH ACHMAD SIDDIQ JEMBER).
- STIE Wijaya Mulya. 2020. Pedoman Penulisan Skripsi. Surakarta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta Sumarwan, Ujang, Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Edisi
- Kedua, cet Pertama, , Bogor : Ghalia Indonesia, 2011
- Turban. E., King. D., Lee. J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., (2015), Electronic Commerce:A Managerial and Social Networks Perspective. 8th Ed.
- Waroka, S., & Fadila, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8 (12), 619-624.
- Wijaya, Sukma Bambang, 2011. Model Komunikasi Berasa Dalam Pemasaran Studi Mengenai Iklan Ambient Media Dalam Meraih Kepercayaan Khalayak Konsumen. Journal Communication Spectrum, Vol.1 No.1 februari-juli