

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN FITUR
SHOPEE PAYLATER DI SOLO RAYA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh :

Natasya Ardy Pramesthi Prasidyaranu

21110065

Program Studi S1 Manajemen

Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta

2025

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Natasya Ardy Pramesthi Prasidyaranu
NIM : 21110065
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater Di Solo Raya

Disetujui dan disahkan:

Hari : Jumat

Tanggal : 31 Januari 2025

Pembimbing,



Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

NIDK. 0256772673130313

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.

NIDN/ 0606069402

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Natasya Ardy Pramesthi Prasidyaranu
NIM : 21110065
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater Di Solo Raya

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

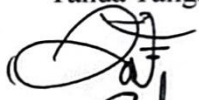
Pada Hari : Jumat
Tanggal : 07 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua : Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.

Anggota : Gilang Habib Azky Pratama H.P, S.Pd.

Tanda Tangan

()
()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.

NIDN. 0606118902

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN FITUR SHOPEE PAYLATER DI SOLO RAYA

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 31 Januari 2025

Yang memberi pernyataan,



Natasya Ardy Pramesthi Prasidyaranu

MOTTO

“Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari besok, karena hari besok mempunyai kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari”

(Matius 6 : 34)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

(Filipi 4:13)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kasih dan penyertaan-Nya yang tidak terhingga dalam setiap langkah kehidupan saya.

Saya juga persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan cinta kasih yang tanpa henti, serta kepada semua yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dalam perjalanan saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis pada akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater Di Solo Raya”.

Pada proses penyusunan skripsi hingga pada tahap skripsi ini dapat selesai, tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. Selaku ketua STIE Surakarta
2. Bapak Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M. Selaku ketua program studi Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Surakarta.
3. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M., selaku dosen pembimbing. Senantiasa memberikan saran dan bimbingan kepada penulis
4. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat
5. Kedua orang tua yang saya kasihi dan cintai yang selalu mendukung, memberikan motivasi dan semangat kepada saya
6. Keluarga saya yang selalu memberikan semangat dan doa
7. Teman-teman saya yang telah memberikan dorongan dan semangat
8. Pasangan saya yang telah menemani dan memberikan dukungan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pikir	20
D. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
B. Tempat dan Waktu	23
C. Sumber Data	23
D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Definisi Operasional.....	27
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34

A. Identitas Responden.....	34
B. Analisis Data.....	38
C. Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. Definisi Operasional	27
Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Domisili.....	36
Tabel 6. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kemudahan (X1).....	38
Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)	38
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X3).....	39
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	39
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas	41
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	44
Tabel 16. Hasil Uji t.....	46
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengunjung E-commerce Terbanyak di Indonesia 2023.....	3
Gambar 2. Aplikasi Paylater Yang Paling Banyak Digunakan.....	5
Gambar 3. Kerangka Pikir	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	64
Lampiran 3. Hasil Olah Data	70

ABSTRAK

PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN FITUR SHOPEE PAYLATER DI SOLO RAYA, 2025.

Peningkatan jumlah pengguna metode pembayaran digital, khususnya Shopee Paylater menjadi latar belakang pada penelitian ini dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, kepercayaan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater di Solo Raya. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan perolehan sampel data dengan cara penyebaran kuesioner . Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee Paylater yang berdomisili di Solo Raya. Perolehan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan program *SPSS statistic* versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variable kepercayaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variable gaya hidup (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF CONVENIENCE, TRUST AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS USING THE SHOPEE PAYLATER FEATURE IN SOLO RAYA, 2025.

The increasing number of users of digital payment methods, especially Shopee Paylater, is the background to this study. This study aims to analyze the influence of convenience, trust and lifestyle on purchasing decisions using the Shopee Paylater feature in Solo Raya. This study uses a quantitative approach method and data sample acquisition by distributing questionnaires. The population used in this study are Shopee Paylater users who live in Solo Raya. The sample acquisition used a purposive sampling technique with a total of 100 respondents. The data analysis used is validity and reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test and hypothesis test using SPSS statistical program version 25. The results of this study indicate that the convenience variable (X1) has a significant effect on purchasing decisions, the trust variable (X2) has a significant effect on purchasing decisions, and the lifestyle variable (X3) has an effect on purchasing decisions.

Keywords: Convenience, Trust, Lifestyle, Purchasing Decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

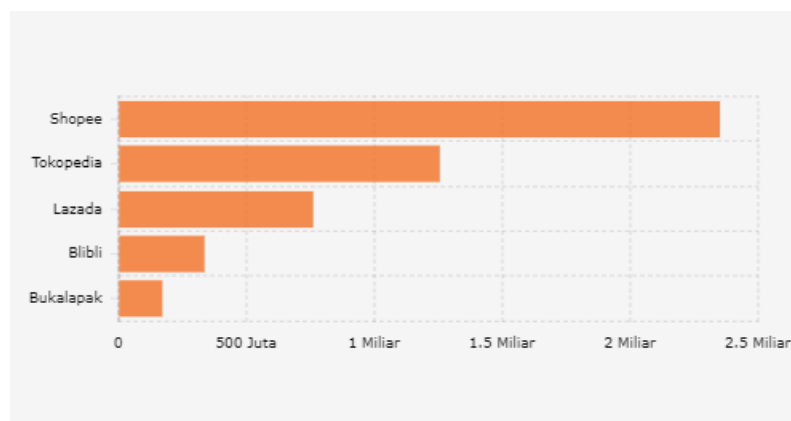
Perkembangan teknologi pada saat ini telah mengalami kemajuan khususnya pada era digital. Era digital adalah masa dimana teknologi informasi dan komunikasi berbasis pada teknologi digital berkembang pesat. Kemajuan teknologi informasi memberikan dampak yang besar pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Internet menjadi salah satu teknologi informasi yang perkembangannya sangat cepat. Pada saat ini internet bukan hanya sebagai sarana komunikasi dan mengakses informasi saja, internet telah menjadi peran utama dalam menggerakkan berbagai sektor kehidupan termasuk dalam dunia bisnis menjadi serba digital. Dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang dan canggih, internet telah menjadi salah satu alat untuk seseorang meningkatkan pendapatan (Ramadhan et al., 2024).

Dengan perkembangan teknologi dan internet yang sangat pesat ini membawa dampak yang besar, salah satunya adalah perubahan pada arus perdagangan. Perubahan yang terjadi adalah transformasi cara penjualan, yang dimana para pelaku bisnis memanfaatkan internet untuk melakukan penjualan. Sistem jual beli yang dahulu terbatas oleh jarak dan waktu, kini konsumen dimudahkan untuk melakukan transaksi melalui online. Ini dapat memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian kapan saja dan

dimana saja dengan menggunakan smartphone. Dengan sistem perdagangan yang semakin mudah ini tidak hanya menguntungkan bagi konsumen, tetapi juga bagi para pelaku bisnis dan perusahaan e-commerce dalam menjangkau konsumen (Aulia, 2023). E-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja tanpa keluar rumah, aktivitas berbelanja yang dapat dilakukan melalui e-commerce dimulai dari pencarian produk hingga melakukan pembayaran dengan cukup menggunakan gadget atau smartphone.

E-commerce pada saat ini sudah jauh lebih berkembang, e-commerce menyediakan platform toko online yang dapat digunakan konsumen untuk melihat dan menelusuri katalog produk, memilih barang, dan memalukan pemesanan. Tidak hanya itu, konsumen juga diberikan pilihan dalam memilih metode pengiriman yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pada proses transaksi konsumen juga akan diberikan pilihan berbagai metode pembayaran digital (Rehatalanit, 2021). Dengan e-commerce yang semakin berkembang ini menjadikan berbelanja online jauh lebih mudah dan cepat. Dengan fitur yang semakin lengkap tidak hanya memberikan kepraktisan saja dalam berbelanja, tetapi juga memberikan kenyamanan bagi konsumen yang dapat berbelanja dimana saja dan kapan saja. Dengan kehadiran e-commerce tidak hanya membuat kebutuhan konsumen terpenuhi, tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih efisien.

Seiring dengan perkembangan e-commerce yang semakin berkembang, e-commerce telah menciptakan berbagai jenis platform yang menawarkan kemudahan dalam berbelanja. Salah satu jenis e-commerce yang terus berkembang adalah marketplace. Marketplace merupakan platform digital yang mempermudah bagi penjual dalam membuka toko ditempat yang sama dan bagi pembeli dipermudah dalam mencari produk dari berbagai penjual pada satu transaksi. Terdapat banyak marketplace yang ada di Indonesia dan telah menjadi pilihan bagi konsumen, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli, Zalora, JD ID, dan lainnya (Canestren & Saputri, 2021). Beberapa marketplace yang sudah berkembang juga menambahkan layanan seperti flash sale ataupun program yang menarik konsumen. Tidak hanya menyediakan program yang menarik marketplace kini juga menambahkan fitur pembayaran digital seperti e-wallet yang dapat memudahkan konsumen bertransaksi.



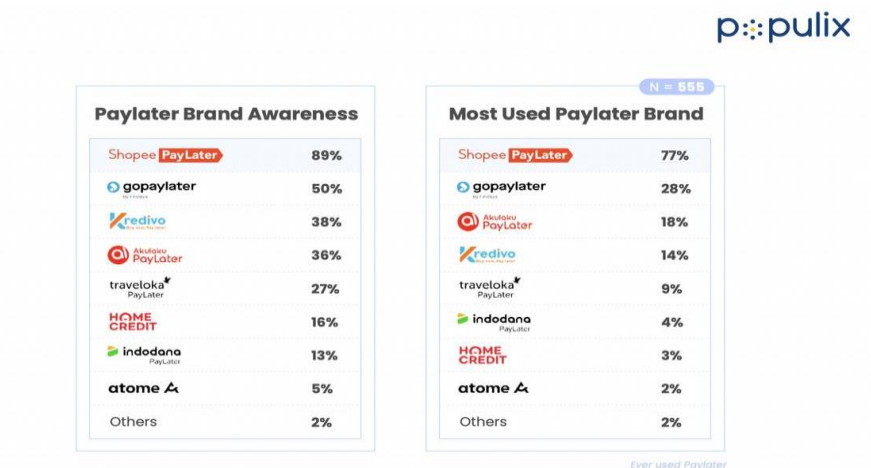
Gambar 1. Pengunjung *E-commerce* Terbanyak Di Indonesia 2023
Sumber : *Katadata, (2024)*

Berdasarkan data tersebut, selama Januari- Desember 2023 Shopee berada pada posisi pertama jauh melampaui para pesaingnya dengan meraih sekitar 2,3 miliar pengunjung, kemudian disusul dengan Tokopedia dengan 1,2 miliar pengunjung, Lazada dengan 762,4 juta pengunjung, BliBli yang meraih 337,4 juta kunjungan dan Bukalapak dengan 168,2 juta kunjungan.

Shopee adalah salah satu situs e-commerce yang merupakan bagian dari Sea Limited atau Sea Group yang berpusat di Singapura. Sea Limited didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li. Sea Group tidak hanya memiliki usaha Shopee yang bergerak di bidang e-commerce saja, tetapi ada juga SeaMoney yang bergerak di bidang digital payment, dan Garena yang merupakan platform game online yang dikenal sebagai penerbit dan pengembang beberapa game populer. Meski memiliki tiga lini usaha yang berbeda, Shopee menjadi perusahaan yang populer di Indonesia (Samodra, 2022).

Shopee menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang dapat disesuaikan dengan konsumen. Metode pembayaran yang disediakan Shopee seperti ShopeePay, transfer bank, Cash On Delivery (COD), Shopee Paylater dan lain sebagainya. Tetapi dari berbagai pilihan fitur pembayaran yang disediakan Shopee, ada salah satu fitur yang menarik yaitu fitur pembayaran Shopee Paylater. Fitur Shopee Paylater ini dapat membeli barang terlebih dahulu dan membayar dikemudian hari. Shopee Paylater memberikan pilihan bagi konsumen dalam pembayaran dengan cara sekali

bayar pada tanggal yang sudah ditentukan atau dengan opsi cicilan (Canestren & Saputri, 2021).



Gambar 2. Aplikasi Paylater yang paling banyak digunakan

Sumber : Populix ,(2024)

Berdasarkan gambar diatas dapat kita lihat bahwa shopee paylater menduduki posisi tertinggi dengan 77% sebagai aplikasi paylater yang paling banyak digunakan. Selanjutnya disusul GoPay Later dengan 28%, Akulaku Paylater 18%, Kredivo Paylater 14%, Traveloka Paylater 9%, dan Indodana 4%. Shopee Paylater jauh lebih unggul dibandingkan dengan para pesaingnya.

Shopee Paylater adalah fitur pembayaran yang ditawarkan shopee, yang memungkinkan konsumen untuk membeli barang sekarang dan dapat membayar dikemudian hari. Konsumen dapat memilih tenor pembayaran dengan membayar bulan depan atau dapat juga mencicil selama 3,6, dan 12 bulan pada tanggal jatuh tempo yang ditentukan. Syarat untuk mendaftar

shopee paylater cukup mudah, hanya dengan memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang sah dan berusia minimal 18 tahun dan usia maksimal 65 tahun. Prosesnya juga cukup mudah, pengguna akan diarahkan untuk upload foto KTP dan memastikan detail nama, NIK, dan tanggal lahir sudah benar, selanjutnya akan diarahkan untuk verifikasi wajah dan pendaftaran berhasil.

Marketplace menjadi pilihan yang praktis bagi konsumen dalam berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Marketplace menawarkan fitur-fitur yang memudahkan konsumen dalam memilih produk hingga metode pembayaran yang beragam. Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian, mereka akan mempertimbangkan beberapa hal. Kemudahan merupakan salah satu pertimbangan yang akan dilakukan konsumen sebelum memutuskan pembelian (Dary & Pudjihardjo, 2022). Kemudahan didefinisikan sebagai, sejauh mana seseorang mempercayai sebuah teknologi mudah untuk digunakan dan dipahami. Kemudahan penggunaan adalah mudah untuk dipelajari, dipahami, sederhana, mudah dalam pengoperasiannya atau mudah digunakan. jika suatu sistem dirancang untuk memudahkan dalam penggunaan ini akan menunjukkan bahwa suatu sistem teknologi dirancang untuk mengurangi usaha, bukan untuk menyulitkan mereka. Dengan kata lain seseorang yang menggunakan sistem akan membuat pekerjaan jauh lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang bekerja tidak menggunakan sistem (Sulkarnain et al., 2022). Dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah

Tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan mempermudah mereka dalam penggunaanya.

Kemudahan yang diberikan fitur shopee paylater dapat mempengaruhi pengguna pada keputusan pembelian, karena cara mengaktifkan fitur ini cukup mudah calon pengguna hanya cukup mengisi formulir pendaftaran yang disediakan dan mengunggah foto Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebagai verifikasi data diri. Saat sudah berhasil mendaftar, konsumen juga akan dengan mudah menggunakan fitur ini ketika akan digunakan untuk berbelanja di shopee, ketika konsumen sudah memilih barang dan akan melakukan pembayaran selanjutnya konsumen bisa memilih metode pembayaran dengan Shopee Paylater dan dapat memilih jangka waktu cicilan. Kemudahan inilah yang dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian (Saputra & Sudarwanto, 2023).

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan shopee paylater adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah suatu keyakinan satu pihak terhadap maksud dan perilaku pihak lain, sehingga dengan begitu kepercayaan konsumen diartikan sebagai harapan konsumen kepada penyedia jasa atau penjual bahwa mereka bisa dipercaya atau dapat diandalkan untuk menepati yang sudah di janjikan (Siagian & Cahyono, 2014). Ketika seseorang membeli suatu barang secara online mereka tidak bisa melihat dan memeriksa secara langsung apakah barang yang mereka pesan dalam kondisi baik, tetapi konsumen akan mempercayai janji yang dibuat penjual, selain itu konsumen juga harus mempercayai

bahwa informasi pribadi yang mereka berikan ke penjual tidak akan disalahgunakan dan aplikasi yang digunakan memiliki sistem perlindungan. Maka dari itu kepercayaan merupakan hal penting dalam berbelanja online (Aulia, 2023).

Faktor berikutnya adalah gaya hidup. Gaya hidup manusia sangat dipengaruhi oleh kemajuan zaman dan perkembangan teknologi. Seiring dengan perubahan zaman teknologi juga akan semakin canggih, semakin berkembangnya teknologi maka akan semakin berkembang pula penerapan gaya hidup (Khairunnisa, 2023). Gaya hidup yang ada pada masa kini merupakan perkembangan tren yang dari masa kemasa dan dimana setiap orang cenderung akan menyesuaikan atau mengikuti perubahan tersebut secara perlahan (Fungky et al., 2022). Dengan kemudahan berbelanja online yang dapat dibayar dengan metode cicilan menggunakan *shopee paylater*, ini memungkinkan seseorang untuk membeli barang yang sedang mereka inginkan tanpa harus membayarnya langsung.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Na'im et al., 2023) menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *paylater*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Iriani, 2020) menunjukkan hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Sudarwanto (2023) menunjukkan bahwa variable gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan

penelitian yang dilakukan oleh (Mongol et al., 2023) variable gaya hidup berpengaruh negative signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater di Solo Raya”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Kemudahan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater di Solo Raya?
2. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater di Solo Raya?
3. Apakah Gaya Hidup Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater di Solo Raya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater di solo raya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater di solo raya.

3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater di solo raya.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini di harapkam mampu memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengatehuan dan wawasan mengenai perilaku konsumen dalam penggunaan layanan pembayaran digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sarana pengetahuan bagi Masyarakat dalam membuat keputusan pembelian terutama bagi konsumen yang sering menggunakan layanan pembayaran digital seperti shopee paylater.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kemudahan

Kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang besar atau bebas dari usaha. Jika pengguna merasa suatu sistem informasi mudah untuk digunakan, maka mereka akan menggunakan sistem tersebut, begitu juga sebaliknya, jika suatu sistem informasi dirasa sulit untuk digunakan maka mereka tidak akan menggunakan sistem tersebut (Taan, 2021). ketika setiap individu merasa yakin bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah atau sedikit usaha, maka semakin besar juga minatnya untuk menggunakan teknologi tersebut (Tony Sitinjak, 2019)

Persepsi setiap orang mengenai kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merujuk pada sejauh mana seseorang yakin bahwa ketika menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Ketika suatu sistem semakin mudah untuk digunakan, maka semakin sedikit Upaya yang dibutuhkan, sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang saat mengoperasikan teknologi tersebut (Wirakanda & Agustina, 2022)

Menurut Venkatesh dan David (2000) dalam Andryanto (2016) indikator pada kemudahan dibagi menjadi berikut :

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*)
- c. Sistem mudah digunakan (*easy to use*)
- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (*easy to get the system to do what he/she wants to do*)

2. Kepercayaan

Menurut Siagian & Cahyono (2014) dalam Tirtayasa et al. (2021) Kepercayaan merujuk pada sebuah keyakinan dari suatu pihak mengenai maksud dan perilaku yang ditunjukkan kepada pihak lainnya. Dalam hal ini, kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai suatu harapan konsumen bahwa penyedia jasa bisa dipercaya atau dapat diandalkan untuk memenuhi janji yang telah dibuat.

Kepercayaan adalah keyakinan terhadap sebuah produk yang memiliki kualitas atau atribut tertentu, yang memberikan manfaat berdasarkan kualitas tersebut. Selain itu, kepercayaan juga mencakup keyakinan bahwa relasi pertukarannya akan memenuhi apa yang diharapkan dan dapat diandalkan (Ilmiyah & Krishnawan, 2020).

Kepercayaan konsumen adalah pondasi dari suatu bisnis. Sebuah transaksi dalam bisnis antara dua pihak atau lebih hanya dapat terjadi ketika keduanya saling mempercayai. Kepercayaan tidak datang begitu saja dan tidak begitu saja dapat diakui, melainkan perlu dibangun sejak awal dan dapat dibuktikan (Nasikah & Fuadi, 2022).

Menurut Mayer *et al.* (1995) dalam Andryanto (2016) terdapat tiga indikator yang dapat mengukur kepercayaan, yaitu :

a. Kebaikan (*Benevolence*)

Kebaikan adalah sejauh mana konsumen percaya bahwa penjual akan memberikan kepuasan yang akan saling menguntungkan.

b. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah keyakinan konsumen kepada kemampuan yang dimiliki penjual untuk memecahkan masalah yang dihadapi dan memenuhi segala yang dibutuhkan.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas merupakan keyakinan konsumen terhadap penjual bahwa penjual jujur dalam menjaga dan memenuhi perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat.

3. Gaya hidup

Gaya hidup konsumen berbeda dengan kepribadian, gaya hidup berkaitan dengan bagaimana seseorang menjalani hidup, bagaimana seseorang mengelola keuangannya dan bagaimana mengatur waktu

mereka. Semestara itu, kepribadian menggambarkan karakteristik yang ada di dalam diri seseorang, kepribadian juga dapat disebut bagaimana cara mereka berfikir, merasa dan berpresepsi. Meskipun keduanya memiliki perbedaan, gaya hidup dan kepribadian saling berkaitan. (Wardoyo & Andini, 2017).

Indikator yang dapat mengukur gaya hidup menurut Suryani (2012) dalam Zahroh & Dwijayanti (2020) sebagai berikut :

a. Aktivitas (*Activity*)

Aktivitas adalah kegiatan apa yang dilakukan oleh konsumen ketika mengisi waktu luang. Kegiatan ini dapat berupa kerja, hobi, hiburan, dan belanja

b. Minat (*Interest*)

Minat atau kertetarikan merupakan kegiatan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus. Minat merupakan faktor pribadi yang dapat mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan

c. Opini (*Opinion*)

Opini merupakan pandangan konsumen dalam menanggapi permasalahan yang terjadi. Opini digunakan untuk mendeskripsikan harapan dan evaluasi, seperti antisipasi dengan peristiwa di masa yang akan datang.

4. Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler (1996) dalam Saputra & Sudarwanto (2023) keputusan pembelian merupakan proses dimana individu menilai apakah mereka akan membeli suatu produk atau tidak. Pada proses pengambilan keputusan ini terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen, tetapi kualitas, harga dan popularitas produk di kalangan Masyarakat sering kali menjadi pertimbangan utama.

Pada proses pengambilan keputusan dalam pembelian, perilaku konsumen yang nantinya akan menentukan. Keputusan yaitu suatu kegiatan yang dilakukan setiap individu, kapan saja dan dimana saja, keputusan tersebut termasuk keputusan yang berhubungan dengan kegiatan seseorang. Keputusan yang diambil konsumen atau organisasi merupakan aktivitas seseorang yang dilakukan secara sadar, rasional dan terencana (Subianto, 2007). Sebelum berada di tahap keputusan pembelian konsumen akan dihadapkan pada beberapa pilihan yang nantinya konsumen akan memutuskan membeli suatu produk berdasarkan pada pilihan yang sudah mereka tentukan (Arafah, 2022).

Menurut Kotler & Keller (2016) indikator yang digunakan pada keputusan pembelian yaitu:

a. Pemilihan Produk (*Product choice*)

Sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian, konsumen akan memilih produk sesuai dengan pilihan mereka. Maka dari itu

pemasar harus bisa menarik perhatian konsumen agar berniat untuk membeli

b. Pemilihan Merek (*Brand Choice*)

Konsumen biasanya akan menilai dan melihat suatu produk dari merek, karena setiap merek pasti memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

c. Pilihan Saluran Pembelian (*Dealer choice*)

Dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen dapat memilih toko yang akan mereka kunjungi untuk dapat membeli produk sesuai yang mereka inginkan.

d. Penentuan waktu pembelian (*purchase timing*)

Pembeli dapat menentukan kapan waktu untuk membeli suatu barang dengan cara yang berbeda-beda.

e. Jumlah pembelian

Konsumen dapat menentukan jumlah pembelian dalam satu produk atau lebih dalam sekali pembelian .

f. Metode Pembayaran

Pada saat membeli suatu produk konsumen dapat mengambil keputusan dengan metode pembayaran apa yang akan mereka pilih. Misalnya dengan cicilan ataupun secara tunai

B. Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

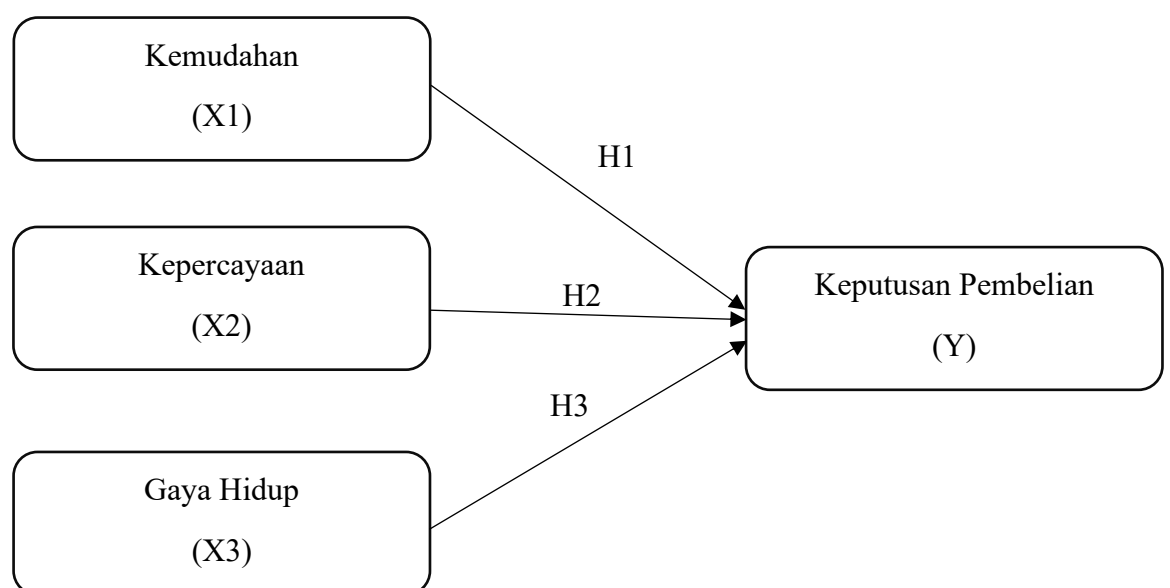
NO	Penulis & Tahun	Judul Penelitian	Hasil
1.	(Putri & Iriani, 2020)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater.	Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah, ditemukan hasil dari variabel kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.
2.	(Waroka & Fadila, 2022)	Pengaruh Kepercayaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater.	Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti ditemukan hasil bahwa kepercayaan dan gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater.
3.	(Canestren & Saputri, 2021)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater	Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan, resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan

			pembelian dengan metode pembayaran shopee paylater.
4.	(Saputra & Sudarwanto, 2023)	Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya.	Hasil dari penelitian ini menunjukan gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater.
5.	(Dary & Pudjihardjo, 2022)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater.	Hasil penelitian ini diperoleh bahwa kepercayaan, kemudahan, religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Spaylater.
6.	(Na'im et al., 2023)	Pengaruh Kemudahan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater Pada Marketplace Shopee Pada Mahasiswa IIQ An Nur Yogyakarta.	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa secara parsial kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
7.	(Marbella et al., 2024)	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater.	Hasil dari penelitian ini menunjukan kemudahan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian. Sedangkan variable risiko tidak memiliki pengaruh yang

			signifikan pada keputusan pembelian.
8.	(Ringgo et al., 2023)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Quality.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Quality.
9.	(Erdaati, 2020)	Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, iklan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online shop di toko online shopee.
10.	(Masputra et al., 2023)	Pengaruh E-Trust Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Bandar Lampung.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil positif yang signifikan pengaruh antara kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.

11.	(Mongol et al., 2023)	Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee.	Kemudahan variable kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan gaya hidup berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian .
-----	-----------------------	--	--

C. Kerangka Pikir



Gambar 3. Kerangka Pikir

Berdasarkan gambar diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan independent. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah

Keputusan Pembelian (Y). Variabel independent dalam penelitian ini adalah Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Gaya Hidup (X3).

D. Hipotesis

1. Pengaruh Kemudahan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian yang dilakukan Putri & Iriani (2020) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online Shopee Paylater. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Canestren & Saputri (2021) yang memberikan hasil bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran shopee paylater.

H1 : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater

2. Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Penelitian yang dilakukan Dary & Pudjihardjo (2022) memberikan hasil diperoleh bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Marbella et al. (2024) bahwa variable kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan selain itu variable kepercayaan memiliki koefisien positif, hal ini menandakan bahwa

semakin tinggi kepercayaan maka semakin besar pula kemungkinan keputusan pembelian.

H2 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Pengaruh Gaya Hidup (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra & Sudarwanto (2023) memberikan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee paylater. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Waroka & Fadila (2022) yang menghasilkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater.

H3 : Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kemudahan ,kepercayaan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan fitur shopee paylater di solo raya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater.
3. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur shopee paylater.

B. Saran

1. Bagi Shopee, diharapkan shopee untuk terus meningkatkan kemudahan dan memperkuat kepercayaan konsumen dalam menggunakan fitur shopee paylater, dan shopee dapat menyesuaikan dengan gaya hidup konsumen yang senang mengikuti tren yang ada, misalnya dengan menawarkan promo atau diskon eksklusif untuk produk yang sedang tren, atau dengan memberikan penawaran eksklusif yang sesuai dengan gaya hidup konsumen.

2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variable-variabel lain untuk memahami faktor-faktor yang mungkin berpengaruh pada keputusan pembelian, dan dapat meneliti pada objek yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7249>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andryanto, R. (2016). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (*Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta*) (Vol. 4, Issue June). Universitas Negeri Yogyakarta.
- Arafah, Y. (2022). Keputusan Pembelian Produk. In *PT Inovasi Pratama Internasional*.
- Aulia, T. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-commerce Shopee di Bandar Lampung. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 58–69.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Pembelian Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 8(3).
- Dary, R. W., & Pudjihardjo, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Spaylater. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(3), 252–263. <https://doi.org/10.21776/ieff.2022.01.3.07>
- Elfrianto, H., Pd, S., & Lesmana, G. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. umsu press.
- Erdaati, E. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(3), 365–
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 82–98.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.

- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perkembangan Kepribadian Anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 3(1), 31–44.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global edition (Global)*. Harlow : Pearson Education Limited.
- Marbella, R. Y. T., Hakimah, E. N., & Ratnanto, S. (2024). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 625–634.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [canarium indicum l.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Masputra, M. A., Alfani, M. W., & Rahmawati, L. (2023). Pengaruh E-Trust Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Bandar Lampung. *Prosiding: Seminar Nasional Darmajaya*, 294–301.
- Mongol, P., Benni Purba, Anto Tulim, Purnaya Sari Tarigan, & Endah Andriani Pratiwi. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Commerce, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 749–755.
- Na'im, A., Solikah, P., & Mawftiq, R. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Paylater pada Marketplace Shopee pada Mahasiswa IIQ An Nur Yogyakarta. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 79–102. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic>
- Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.
- 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.

- Ramadhan, S., Karim, N. K., & Nurabiah, N. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater. *GANEC SWARA*, 18(1), 209.
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69.
- Ringgo, A. S., Sitepu, J., & Ginting, S. T. U. . (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Quality. *Prosiding Seminar Nasional PSSH (Pendidikan, Saintek, Sosial Dan Hukum)*, 2, 1–12.
- Samodra, F. P. (2022). *PT Shopee Indonesia, Platform Belanja Online Terdepan Se-Asia Tenggara*. <https://www.liputan6.com/hot/read/5152358/pt-shopee-indonesia-platform-belanja-online-terdepan-se-asia-tenggara?page=3>
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2).
- Sholihah, S. M. A., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61.
- Siregar, W. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara (Doctoral dissertation*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2).
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.
- Sulkarnain, R., Dirwan, D., & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile

- Banking Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Sam Ratulangi. *Nobel Management Review*, 3(4), 608–621.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). emahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, Dan Tersier. *EDU RESEARCH*, 5(3), 110–116.
- Taan, H. (2021). Kemudahan penggunaan dan harga terhadap minat beli online konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89–96.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
- Tony Sitinjak, M. M. (2019). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 19(1), 12–26.
- Waroka, S., & Fadila, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8.
- Wirakanda, G. G., & Agustina, N. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Aplikasi Pos Giro Mobile (Studi Kasus Pengguna Pos Giro Mobile di Kabupaten Pandeglang Banten). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(1).
- Zahroh, A., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Di Royal Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

LEMBAR KUESIONER

Responden Yth,

Perkenalkan saya Natasya Ardy Pramesthi.P, Mahasiswi S1 Manajemen STIE Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai **“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater di Solo Raya”**. Dengan ini , saya mengharapkan ketersediaan waktu Saudara/i untuk membantu mengisi kuesioner ini dengan sungguh-sungguh agar didapatkan data yang valid.

Seluruh jawaban yang telah Saudara/I berikan sangat bermanfaat bagi saya untuk membantu proses penelitian ini. Seluruh hasil jawaban dan informasi yang sudah saudara/i kirimkan, akan saya jamin kerahasiaanya dan hanya digunakan dalam kepentingan penelitian. Saya ucapkan terima kasih kepada saudara/I yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini

Hormat Saya ,

Natasya Ardy Pramesthi.P

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

Pernah melakukan transaksi menggunakan fitur shopee paylater (jika pernah, anda dapat melanjutkan mengisi kuesioner ini :

- Ya
- Tidak

Jenis kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 17-24
- 25-32
- 33-40
- >41

Domisili :

- Surakarta
- Sukoharjo
- Boyolali
- Klaten
- Karanganyar
- Wonogiri
- Sragen

Pekerjaan :

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Swasta

- Wirausaha
- PNS
- Lainnya

B. Petunjuk Pengisian

Dari setiap pertanyaan yang ada, saudara/i hanya bisa memilih satu jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut saudara/i benar dengan cara memilih salah satu kolom jawaban yang tersedia.

Berikut merupakan keterangan jawaban yang tersedia:

STS : Sangat Tidak Setuju : 1

TS : Tidak Setuju : 2

N : Netral : 3

S : Setuju : 4

SS : Sangat Setuju : 5

Kemudahan (X1)						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Transaksi menggunakan shopee paylater jelas dan mudah dipelajari					
2.	Transaksi menggunakan shopee paylater sangat fleksibel (mudah dan cepat)					

3.	Metode pembayaran shopee paylater mudah digunakan dan di pahami dibandingkan dengan metode lainnya					
4.	Cicilan yang ditawarkan shopee paylater dapat disesuaikan oleh konsumen					

Kepercayaan (X2)						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Melakukan transaksi menggunakan shopee paylater dapat dipercaya					
2.	saya percaya shopee paylater akan memberikan pelayanan terbaik dalam setiap transaksi					
3.	saya percaya shopee paylater sesuai dengan yang diharapkan atau terintegritas					

Gaya Hidup (X3)						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	saat waktu luang saya memilih berbelanja produk yang sedang tren atau <i>fashionable</i>					
2.	saya memiliki minat pada suatu produk yang sedang tren dan ingin membelinya					
3.	menurut saya , mengikuti tren yang sedang berkembang agar tidak ketinggal zaman					

Keputusan Pembelian (Y)						
No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1.	Dengan pembayaran shopee paylater saya dapat memilih produk apa saja yang saya inginkan					
2.	Dengan shopee paylater saya dapat mengambil keputusan untuk merek apa saya yang saya inginkan					

3.	Saya dapat menentukan toko mana saja yang akan saya kunjungi untuk membeli produk yang saya inginkan					
4.	Dengan fitur shopee paylater saya dapat berbelanja kapan saja dan dimana saja					
5.	Saya dapat mengambil keputusan dalam membeli satu produk atau lebih dalam sekali pembelian menggunakan shopee paylater					
6.	Pilihan pembayaran untuk shopee paylater beragam					