

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MENGUNAKAN FITUR SHOPEE PAYLATER DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

DISUSUN OLEH :
SYAHRU DWIYANTI

21110057

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2025**

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MENGUNAKAN FITUR SHOPEE PAYLATER DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

DISUSUN OLEH :

SYAHRU DWIYANTI

21110057

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

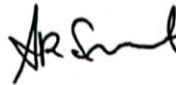
Nama : Syahru Dwiyanti
NIM : 21110057
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee PayLater Di Surakarta

Disetujui dan Disahkan :

Hari : Senin

Tanggal : 25 November 2024

Pembimbing,



Ari Susanti, S.Pt., M.M.
NIDN. 0323048302

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M.
NIDN. 9606069402

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Syahru Dwiyanti
NIM : 21110057
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee PayLater di Surakarta

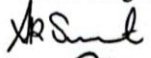
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 13 Februari 2025

Tim Penguji

Ketua : Ari Susanti, S.Pt., M.M.
Anggota : Tri Ratna Pamikatsih, S.E., MBA.

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 Kualitas Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee PayLater di Surakarta**

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 di kemudian 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.

Boyolali, 7 Maret 2025

Pembuat pernyataan,



Syahru Dwiyantri

MOTTO

“ Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan, karena Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kadar kesanggupannya. ”

(QS. Al Baqarah: 286)

“ Emosi yang cepat akan menjadikanmu orang yang bodoh dengan sangat cepat. ”

(Bruce Lee)

“ Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang diinginkan dan gapailah selayaknya yang diharapkan. ”

(Maudy Ayunda)

“ Setiap masalah bisa diselesaikan. Tapi sebentar, mau nangis dulu. ”

(Fiersa Besari)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, khususnya ibu yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, serta doa yang tiada henti selama ini. Terima kasih untuk nasehat yang selalu diberikan dan segala pengorbanan yang tulus kasih. Semoga ibu sehat dan bahagia selalu.
2. Kakak dan adik saya, yang telah memberikan semangat semoga kita selalu akur dan bisa membanggakan kedua orang tua.
3. Kerabat, tetangga, teman dan semua orang yang sering menanyakan “Kapan wisuda?”, sehingga membuat saya lebih semangat dalam mengerjakan skripsi.
4. Sahabat saya yang selalu mengingatkan dan sama-sama berjuang, dan menjadi tempat untuk keluh kesah. Terima kasih sudah memberikan semangat kepada saya.
5. Teman-teman R1 Manajemen angkatan 2021, terima kasih atas kenangan dan pengalaman nya. Semoga kita bisa bertemu di kemudian hari dengan segala pencapaian sukses.
6. Diri sendiri, terima kasih telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini tidak pantang menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang telah dilalui.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta hidayah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater Di Surakarta”

Penulis menyadari bahwa suksesnya penulisan ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari beberapa pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. sebagai Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Satria Veriansyah Wiguna, S.Sn., M.M. sebagai Kepala Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, motivasi serta nasehat yang diberikan selama bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama menempuh pendidikan di STIE Surakarta.
5. Keluarga tercinta khususnya kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa, semangat, kasih sayang serta dukungan baik secara moral maupun finansial.

6. Sahabat dan teman-temanku yang sudah banyak memberikan dukungan. Terima kasih atas kebaikan, saran, dan kritik yang kalian berikan kepada penulis.
7. Kepada partner terbaik saya Dimas Ilham Santoso. Terima kasih telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini menjadi salah satu penyemangat, pendengar yang baik, tempat berkeluh kesah, dan selalu memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi keberhasilan dan kelancaran menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan penulisan skripsi. Semoga dapat memberikan kontribusi yang berarti dan bermanfaat bagi pembaca.

Boyolali, 23 Oktober 2024

Syahru Dwiyanti
21110057

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Pustaka	10
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pikir	18
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Objek Penelitian	22
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	22
C. Sumber Data	23

D. Populasi dan Sampel.....	23
E. Teknik Sampling.....	24
F. Teknik Pengumpulan Data	24
G. Definisi Operasional Variabel	25
H. Teknik Analisis Data	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Identitas Responden.....	33
B. Analisis Data.....	35
C. Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTKA	50
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. Skala Likert	25
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 5. Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 6. Usia Responden.....	34
Tabel 7. Pekerjaan Responden	35
Tabel 8. Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas	39
Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	41
Tabel 14. Hasil Uji T.....	42
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi R	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Layanan Paylater per September 2023.....	3
Gambar 2. Ragam Produk yang Dibeli Responden secara Online.....	4
Gambar 3. Kerangka Pikir.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	53
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	57
Lampiran 3. Hasil Olah Data	66

ABSTRAK

KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN FITUR SHOPEE PAYLATER DI SURAKARTA, 2025.

Terus meningkatnya perkembangan di era digital saat ini membuat pertumbuhan *e-commerce* semakin mempermudah dalam proses bertransaksi, menjadi salah satu latar belakang penelitian ini dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater di Surakarta.

Objek penelitian ini yaitu masyarakat Surakarta yang memiliki akun Shopee dan pernah melakukan pembelian dengan Shopee Paylater. Perolehan sampel dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* (data primer). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan sampel penelitian dipilih sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Selanjutnya, analisis data memakai metode uji instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan bantuan program *IBM Statistic 23*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

CONVENIENCE, TRUST, AND PRODUCT QUALITY IN PURCHASING DECISION USING SHOPEE PAYLATER IN SURAKARTA, 2025.

The continuing increase in developments in the current digital era has made the growth of e-commerce increasingly easier in the transaction process, which is one of the backgrounds for this research. The research aims to determine the influence of convenience, trust, and product quality on purchasing decisions using the Shopee Paylater feature in Surakarta.

The object of this research is the people of Surakarta who have Shopee accounts and have made purchases with Shopee Paylater. Obtaining samples by distributing questionnaires online via Google Form (primary data). The population in this study is unknown with a research sample of 100 respondents. The method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. Next, data analysis uses the data instrument test method, classical assumption testing, and hypothesis testing with the help of the IBM Statistics 23 program.

The result of this research show that convenience has a significant effect on purchasing decisions, trust does not have a significant effect on purchasing decisions and product quality has a significant effect on purchasing decisions

Keywords: Convenience, Trust, Product Quality, and Purchasing Decisions.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era saat ini terus mengalami perubahan yang cukup cepat dan signifikan. Dengan adanya teknologi yang modern memberikan dampak serta manfaat bagi kita dalam penggunaan sehari-hari. Teknologi sendiri merupakan sebuah media yang dibuat untuk memudahkan para pengguna dalam mencari berbagai informasi, berita terkini, dan juga memudahkan untuk belanja online. Kini masyarakat yang pada awalnya melakukan pembelian secara offline, sekarang bisa berbelanja secara online dengan mudah dan menghemat lebih banyak waktu.

Hadirnya Platform E-Commerce sangat membantu kita dalam menjalankan proses pembelian suatu produk dari pembayaran hingga pengiriman barang. E-Commerce yang berasal dari kata *electronic* dan *commerce* yang merujuk pada aktivitas perdagangan yang dilakukan melalui media elektronik. Secara lebih spesifik, e-commerce mencakup proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti: distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara *electronic* melalui internet (Nursania Dasopang, 2023).

Jumlah penduduk penggunaan E-Commerce yang selalu mengikuti pertumbuhan internet memanfaatkan peluang ini untuk mengelola dan mendirikan bisnis berbasis online. E-Commerce juga menimbulkan berbagai tantangan

termasuk keamanan transaksi online, persaingan yang ketat, serta logistik pengiriman yang efisien. Akibatnya, bisnis yang terbentuk melalui E-Commerce pun mulai bermunculan, tidak hanya itu jenis metode transaksi dapat dilakukan secara tunai maupun non tunai.

Tabel 1. 5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023)

No	Nama Data	Nilai
1	Shopee	2.349.900.000
2	Tokopedia	1.254.700.000
3	Lazada	762.400.000
4	Blibli	337.400.000
5	Bukalapak	168.200.000

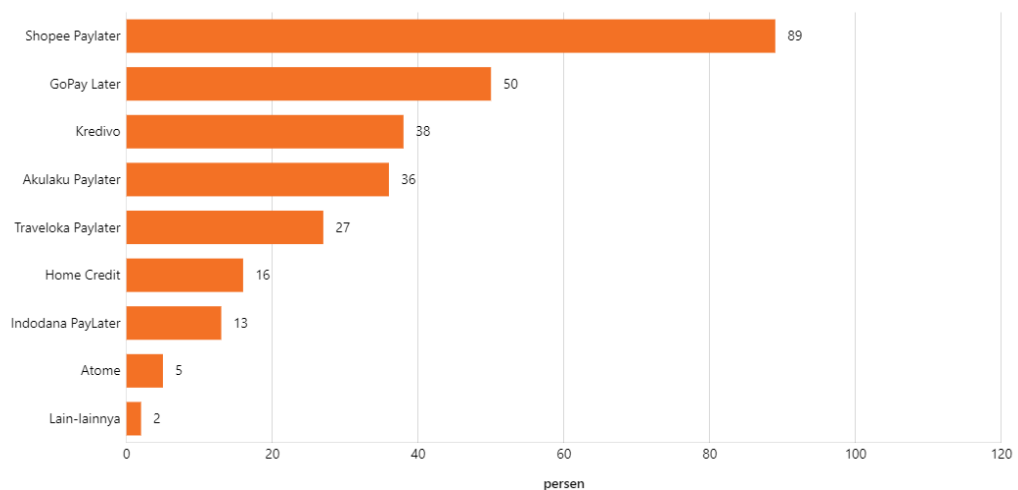
Sumber: databoks

Menurut (Ahdiat, 2024) Shopee merupakan e-commerce kategori marketplace yang meraih kunjungan situs terbanyak di Indonesia sepanjang 2023. Berdasarkan data di atas, pada bulan Januari-Desember 2023 Shopee menjadi E-Commerce yang secara komulatif meraih kunjungan situs terbanyak yaitu sekitar 2,3 miliar jauh melampaui para pesaingnya di tahun 2023. Masih dalam periode yang sama situs Tokopedia menerima sekitar 1,2 miliar kunjungan dan situs Lazada sebanyak 762,4 juta kunjungan. Kemudian situs Blibli meraih sekitar 337,4 juta kunjungan dan di urutan terakhir ditempati oleh situs Bukalapak yaitu dengan 168,2 juta kunjungan. Shopee menjadi salah satu E-Commerce yang banyak diminati saat ini mulai dari kalangan remaja sampai orang dewasa.

Shopee merupakan aplikasi mobile yang dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam mencari, membeli atau menjual produk yang diinginkan dengan harga yang ditawarkan cukup terjangkau tanpa terbatas jarak dan waktu. Shopee

adalah salah satu platform e-commerce yang relatif baru dan masih memiliki pengalaman yang lebih sedikit dibandingkan dengan aplikasi yang lainnya (Juhria et al., 2021). Hal ini, mendorong ketatnya persaingan di dunia bisnis online untuk terus berupaya dalam mendapatkan pelanggan yang banyak.

Hingga 2023 aplikasi belanja shopee tetap mempertahankan dominasi di pasar E-Commerce Indonesia, ditandai dengan pengunjung shopee lebih banyak dibandingkan pemain E-Commerce lainnya. Metode pembayaran yang disediakan oleh Shopee sangat beragam, seperti COD, ShopeePay, Shopee Paylater, Transfer Bank dan sebagainya, namun fitur yang banyak digunakan adalah Shopee Paylater, berikut ini gambar 1 persentase paylater paling banyak di bulan September 2023.

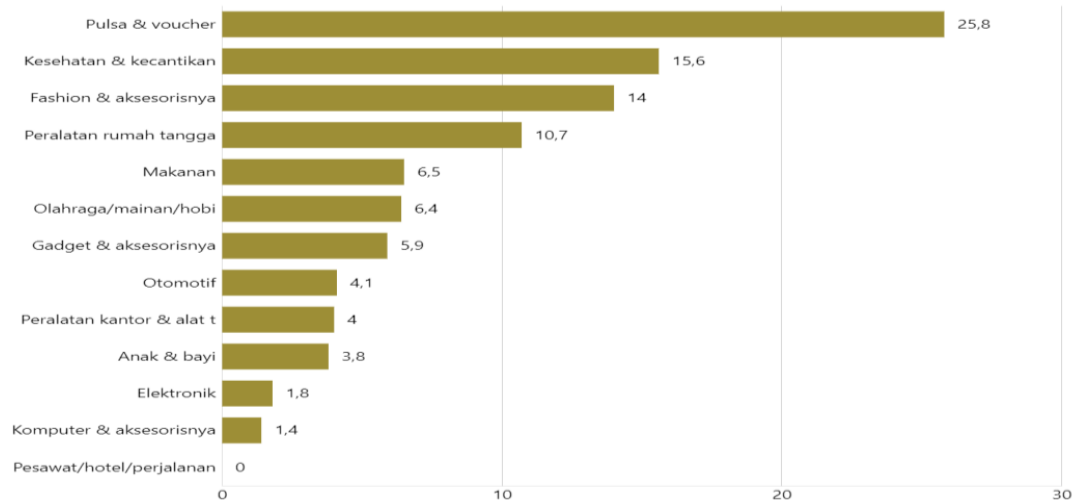


Gambar 1. Layanan Paylater per September 2023

Sumber: databoks

Berdasarkan data di atas urutan pertama sebanyak 89% responden menggunakan Shopee Paylater, di urutan kedua ada GoPay Later sebanyak 50% responden, diikuti Kredivo sebanyak 38 % dan Akulaku Paylater 36%, kemudian dilanjutkan dengan Traveloka Paylater 27%, Home Credit 16%, Indodana Paylater

13%, Atome 5 % dan lain-lainnya sebanyak 2% responden. Berdasarkan laporan Populix bertajuk *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption* edisi Oktober 2023, layanan paylater yang memiliki *brand awareness* tertinggi adalah Shopee PayLater.



Gambar 2. Ragam Produk yang Dibeli Responden secara Online

Menggunakan Paylater (2023)

Sumber: databoks

Berdasarkan data yang dipublikasikan katadata.co.id, dapat dilihat pada gambar 2 pulsa dan voucher menjadi produk yang banyak dibeli pengguna paylater yaitu sebanyak 25,8% responden, selanjutnya terdapat produk kesehatan dan kecantikan dengan 15,6% responden, produk fashion dan aksesoris 14% responden, peralatan rumah tangga 10,7%, hingga makanan 6,5% responden, produk berikutnya olahraga/mainan/hobi 6,4%, gadget dan aksesoris 5,9%, otomotif 4,1%, peralatan kantor dan alat tulis 4%, produk anak dan bayi 3,8%, elektronik 1,8% dan pesawat/hotel/perjalanan 0%.

yang terakhir yaitu komputer dan aksesoris menjadi produk paling sedikit pengguna hanya 1,4%.

Shopee Paylater adalah salah satu layanan yang disediakan oleh Shopee untuk memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara cicilan tanpa perlu memiliki kartu kredit. Dengan fitur Shopee Paylater pengguna dapat membeli barang terlebih dahulu dan membayarnya di bulan berikutnya atau memilih untuk mencicil pembayaran selama beberapa bulan. Untuk mencicil pengguna dapat memilih 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

Shopee Paylater hanya dapat digunakan oleh pengguna aktif Shopee yang telah memenuhi persyaratan untuk menggunakannya. Shopee Paylater memberikan limit kredit kepada pengguna yang memenuhi syarat, sehingga mereka bisa melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar dengan cicilan (Iwan Syahputra Sihombing et al., 2024). Jika terjadi keterlambatan dalam pembayaran maka pihak Shopee tidak memberikan toleransi. Tidak dipungkiri kelebihan dari Paylater sendiri yaitu mudah dan efisien digunakan, yang menjadikan alternatif untuk memenuhi kebutuhan mendesak pada waktu tertentu.

Menurut (Pautina et al., 2022) Kemudahan dalam penggunaan sistem menjadi faktor penting yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan pembelian online. Kemudahan merupakan sesuatu yang dapat mempermudah proses pengambilan keputusan, meskipun harus tetap mempertimbangkan potensi kesulitan yang ada. Konsumen cenderung lebih memilih metode pembayaran yang mudah dan minim risiko.

Kemudahan dalam menggunakan seperti proses pendaftaran yang cepat dan mudah, serta metode pembayaran yang sederhana, dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Shopee Paylater menawarkan fitur yang mudah digunakan, hanya dengan syarat cukup sederhana yaitu E-KTP, verifikasi wajah, pengisian alamat dan kontak darurat atau *emergency*. Setelah itu konsumen bisa langsung melakukan pengajuan untuk mendapatkan limit kredit. Shopee Paylater adalah layanan P2P Lending yang dikelola oleh PT. Lentera dan sudah terdaftar dalam OJK, dengan bunga cicilan sebesar 2,95%.

Kepercayaan adalah kemauan pembeli untuk mempercayai sebuah produk atau jasa yang ditawarkan meskipun dengan segala resiko, karena mereka berharap untuk mendapatkan hasil positif. Menurut (Sari, 2023) kepercayaan berkaitan dengan pandangan pengguna terhadap proses yang terjadi selama transaksi jual beli online. Kepercayaan menjadi salah satu faktor terpenting dalam keputusan pembelian, karena dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Persepsi konsumen dipengaruhi oleh konsisten dan kejujuran yang dimiliki oleh penjual di platform online, yang pada akhirnya akan menjadi pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen pada toko tersebut (Rahmizal, 2020).

Menurut (Nur Hajijah et al., 2022) kualitas produk didefinisikan sebagai kemampuan sebuah produk memenuhi fungsinya. Produk yang berkualitas sering kali dihargai dengan harga yang lebih tinggi. Namun, dengan metode pembayaran menggunakan Shopee Paylater dapat mengurangi kekhawatiran konsumen terkait harga tersebut, karena mereka dapat membayar produk dengan cara mencicil nya.

Apabila sebuah produk memiliki nilai dan kualitas yang lebih tinggi, pembeli akan cenderung untuk menggunakan Paylater karena merasa bahwa harga yang dibayar sebanding dengan kualitas produk yang kita terima. Dengan produk berkualitas akan meningkatkan reputasi dan ulasan positif dari konsumen, reputasi ini dapat menarik lebih banyak konsumen untuk mencoba fitur Shope Paylater. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan gambaran keseluruhan tentang sejauh mana sebuah produk mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. (Aripin Mahdi, 2021)

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Fitur Shopee Paylater Di Surakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas berikut ini beberapa rumusan masalah yang digunakan untuk pembahasan diantaranya:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas adapun tujuan penelitian dilakukan untuk:

1. Mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta?
2. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta?
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai analisis pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen menggunakan fitur Shopee PayLater.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana pembelajaran dan mengembangkan potensi diri serta menambah wawasan mengenai

pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen menggunakan fitur Shopee PayLater.

b. Bagi Konsumen

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi media pembelajaran sebelum melakukan keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater.

c. Bagi Perusahaan

Dengan mengetahui pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas produk, terhadap keputusan menggunakan Shopee PayLater maka perusahaan diharapkan dapat mempertimbangkan kebijakan Shopee PayLater.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sebagai bahan kajian mengenai keputusan konsumen menggunakan Shopee PayLater.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Kemudahan

Kemudahan menurut (Yani & Sutarni, 2023) merupakan keadaan di mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar, atau dengan kata lain dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Sehingga, dengan kemudahan ini perilaku seseorang akan dipengaruhi, yaitu semakin tinggi persepsi terhadap kemudahan menggunakan teknologi, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Kemudahan mengacu pada situasi atau keadaan di mana sesuatu menjadi lebih mudah dilakukan, diakses, atau dicapai.

Menurut (Dwijantoro et al., 2023) seseorang akan merasa yakin bahwa menggunakan suatu informasi dalam penjualan online tidak memerlukan usaha ekstra untuk memahami sistem tersebut. Ketika seorang pelanggan merasakan kemudahan dalam proses pembelian dan pembayaran, maka mereka akan merasa bahwa berbelanja online menjadi lebih bermanfaat dan menyenangkan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan menurut (Senangsa & Sirait, 2022) yaitu :

- a. Mudah dipelajari, yaitu tingkat kepercayaan bahwa produk mudah untuk dipelajari bagi pengguna yang belum mengenal Shopee PayLater

- b. Mudah digunakan, yaitu tingkat kepercayaan bahwa produk mudah digunakan pada saat dibutuhkan oleh pengguna dalam pegoperasian sistem.
- c. Kejelasan informasi, yaitu tingkat kepercayaan pengguna bahwa produk dari Shopee PayLater jelas dan mudah untuk didapat.
- d. Fleksibel, yaitu tingkat kepercayaan penggunaan bahwa produk Shopee PayLater lebih fleksibel dari sistem yang sebelumnya.

2. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan menurut (Amin, 2021) adalah keyakinan seorang konsumen bahwa orang lain memiliki integritas dan dapat dipercaya, serta orang tersebut akan memenuhi semua kewajibannya. Proses munculnya kepercayaan seseorang tidak terjadi dengan cepat, melainkan proses ini timbul setelah kepercayaan terbentuk. Kepercayaan menjadi modal utama dalam keberhasilan sebuah usaha termasuk bisnis online berbasis *E-commerce*. Transaksi secara *online* memerlukan tingkat kepercayaan yang tinggi, sehingga perlu adanya rasa saling percaya antara penjual dan pembeli. Kepercayaan adalah keyakinan terhadap kebenaran atau keandalan suatu hal, atau entitas tanpa memerlukan bukti atau penjelasan yang menyeluruh. Secara lebih mendalam, kepercayaan melibatkan keyakinan yang kuat terhadap sesuatu tanpa adanya keraguan yang signifikan. Indikator kepercayaan konsumen menurut (Amin, 2021) yaitu kejujuran penjual dalam bertransaksi, tanggung jawab penjual kepada pembeli, kepercayaan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik.

- a. Kejujuran penjual dalam bertransaksi, yaitu sifat atau mental yang mengharuskan seseorang untuk bertindak dengan jujur, adil, serta transparan dalam bertransaksi.
- b. Tanggung jawab penjual kepada pembeli, yaitu untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan hubungan yang baik dalam kegiatan jual beli.
- c. Kepercayaan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik, sehingga tingkat kepercayaan terhadap bisnis tersebut meningkat.

3. Pengertian Kualitas Produk

Menurut (Mutiarra & Wibowo, 2020) kualitas produk merujuk pada kemampuan sebuah produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Kualitas ini mencakup nilai atau karakteristik yang menentukan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi ekspektasi atau kebutuhan pengguna. Kualitas produk tidak hanya dilihat dari penampilan atau fungsinya, tetapi juga tentang sejauh mana produk tersebut memenuhi standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan. Pada dasarnya dalam membeli suatu produk, konsumen tidak hanya asal membeli akan tetapi juga mempertimbangkan manfaat dan keunggulan yang ditawarkan produk tersebut. Kualitas produk di Shopee dapat dilihat melalui ulasan pelanggan yang memberikan rating bintang 1-5. Pelanggan cenderung membeli produk yang memiliki ulasan nilai bagus atau tinggi, dengan fitur tersebut pelanggan akan mudah memilih barang berkualitas di Shopee.

Indikator untuk mengukur kualitas produk menurut (Nur Hajijah et al., 2022) diantaranya memiliki daya tahan, adanya kejelasan tentang fungsi, jenis-jenis yang beragam, tersedianya ukuran produk.

- a. Memiliki daya tahan, yaitu kemampuan suatu produk untuk bertahan atau tetap dalam kondisi baik dan dapat digunakan untuk jangka panjang meskipun digunakan berulang kali.
- b. Kejelasan tentang fungsi, sangat penting karena membantu dalam memastikan bahwa pengguna dapat memanfaatkan produk.
- c. Jenis yang beragam, yaitu beberapa variasi atau pilihan produk yang ada dalam satu kategori maupun kelompok tertentu.
- d. Tersedianya ukuran produk, yaitu ketersediaan berbagai pilihan ukuran atau dimensi dari suatu produk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah sebuah proses di mana seseorang memilih dari berbagai opsi yang ada, kemudian menghasilkan tindakan atau keyakinan setelah melakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Keputusan pembelian dapat didefinisikan sebagai tahap penilaian terhadap alternatif yang sebelumnya menarik minat pembeli. Maka, keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen melakukan pembelajaran terlebih dahulu tentang sebuah produk sebelum melakukan pembelian. Keputusan ini merupakan hasil dari evaluasi berbagai faktor yang mempengaruhi preferensi dan kebutuhan konsumen. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah sikap orang lain, seperti pendapat

dari keluarga, teman, atau ahli yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Sudiantini et al., 2023).

Keputusan Pembelian terjadi ketika konsumen benar-benar melakukan transaksi pembelian setelah pengambilan keputusan. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Keller antara lain yaitu :

- a. Pemilihan Produk, konsumen memiliki beberapa pilihan produk yang akan dibeli.
- b. Pemilihan Merek, konsumen dapat memilih berbagai pilihan merek yang tersedia di sistem.
- c. Waktu Pembelian, konsumen mengetahui kapan waktu untuk membeli termasuk dalam keputusan pembelian.
- d. Cara Pembayaran, yaitu konsumen dapat memilih metode pembayaran setelah pembelian produk. Misalnya dengan *cash* ataupun cicilan.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Penulis & Tahun	Judul	Hasil
1.	Essen Atwandira Putri, Ahmad Husin dan MG Sukmadiani (2023)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Di Wilayah Surakarta.	Menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan, kemudahan dan resiko memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2.	Valdi Ramadhan Jaya Saputra dan Tri Sudarwanto (2023)	Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya	Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan dengan Shopee Paylater. Kepercayaan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan Shopee Paylater. Kemudahan berdampak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan Shopee Paylater.
3.	Mutiara Imam Wibowo (2020)	Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	Menyatakan kualitas produk dan keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan memiliki pengaruh yang tidak searah atau bernilai negatif.
4.	Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Iriani (2020)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater	Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian pengguna pinjaman online Shopee Paylater. Kemudahan bernilai positif yang menunjukkan bahwa pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan dan keputusan pembelian pengguna pinjaman online Shopee Paylater.

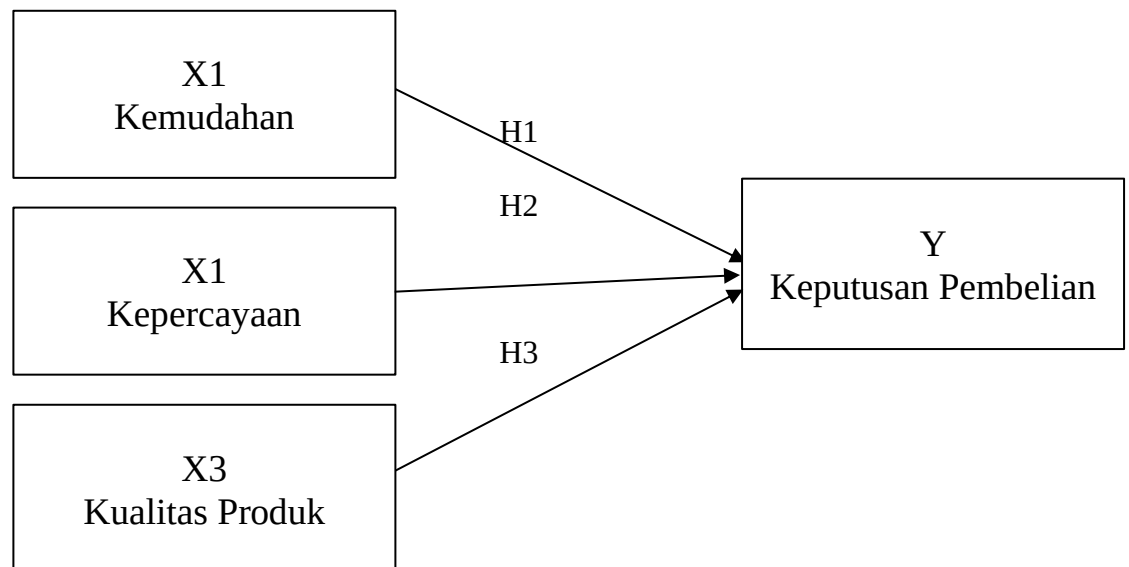
5.	Yasmin Istiatin, (2024)	Oktavia, Sarsono	Analisis Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan Trust terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater: Studi Kasus Pengguna Shopee Masyarakat Surakarta	Kemudahan pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater. Tingkat Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater. Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater.
6.	Inggardini Canestren Marheni Saputri (2020)	Asarila dan Eka	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater	Menyatakan kepercayaan, kemudahan dan risiko secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna metode pembayaran Shopee Paylater.

7.	Asrida Deliyanti dan Hartini (2023)	Pengaruh Risiko, Kemudahan Persepsi terhadap Pembelian Marketplace pada Universitas Sumbawa	Persepsi Persepsi dan Manfaat Keputusan pada Shopee Mahasiswa Teknologi	Persepsi berpengaruh dan signifikan terhadap pembelian pada <i>Marketplace Shopee</i> . Kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada <i>Marketplace Shopee</i> . Persepsi manfaat positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada <i>Marketplace Shopee</i> .
8.	Hennie Vianora, Effed Darta Hadi, Muhammad Rusdi (2024)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di Provinsi Bengkulu	Kemudahan penggunaan aplikasi Shopee Paylater terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater. Manfaat penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater. Resiko penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater. Kepercayaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater.	

9.	Fernanda Saputra, Rino (2020)	Bagus Samari, Sardanto	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Sistem Pembayaran COD (Cash On Delivery) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Kecamatan Pare	Harga, Dan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. Kualitas barang berpengaruh dengan signifikan untuk keputusan pembelian Shopee. Sistem pembayaran COD mempunyai pengaruh dengan signifikan terhadap keputusan pembelian Shopee.
----	-------------------------------	------------------------	--	--

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2024

C. Kerangka Pikir



Gambar 3. Kerangka Pikir
 Sumber: Data Primer Diolah, 2024

D. Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah pernyataan yang dirumuskan untuk diuji dan diteliti secara sistematis sebagai jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang berguna untuk menguji kebenaran maupun kesesuaian teori.

1. Kemudahan (X_1), terhadap keputusan pembelian (Y)

Menurut (Canestren & Saputri, 2020) kemudahan merupakan teknologi informasi yang dirancang agar mudah dipahami dan digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Semakin besar kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat maka minat untuk menggunakan akan semakin besar. Hasil penelitiannya yaitu kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna metode pembayaran Shopee Paylater. Selain itu didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Putri et al., 2023) menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selaras dengan penelitian yang dilaksanakan (Oktavia et al., 2024), (F. A. Putri & Iriani, 2020), dan (Vianora et al., 2024) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbanding terbalik dengan penelitian (Deliyanti & Hartini, 2023) yaitu kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa perbedaan dari hasil penelitian terdahulu, dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₁: Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater di Surakarta

2. Kepercayaan (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y)

Menurut (V. R. J. Saputra & Sudarwanto, 2023) Kepercayaan konsumen merupakan sikap positif terhadap penjual yang siap mengambil risiko akibat tindakan dari pihak lain. Kepercayaan ini berkembang melalui pandangan dan penilaian konsumen. Kepercayaan memberikan keuntungan bagi pelanggan, karena dapat mengurangi kecemasan, membantu mengatasi ketidakpastian dan mengurangi kerentanan mereka dalam membuat keputusan. Hasil penelitian yang dilakukan (V. R. J. Saputra & Sudarwanto, 2023) menunjukkan bahwa kepercayaan berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan Shopee Paylater. Selaras dengan penelitian yang dilaksanakan (Putri & Iriani, 2020), (Canestren & Saputri, 2020), dan (Putri et al., 2023) bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna metode pembayaran Shopee Paylater. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian (Vianora et al., 2024) menyebutkan kepercayaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater. Sehingga kepercayaan memiliki peran penting terkait dengan keputusan pembelian, maka hipotesis kepercayaan yaitu:

H₂: Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater di Surakarta.

3. Kualitas Produk (X₃), terhadap keputusan pembelian (Y)

Menurut (Mutiarra & Wibowo, 2020) kualitas produk dapat dikatakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Kualitas produk menjadi suatu konsep yang merujuk pada sejauh mana suatu produk untuk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas produk yang dimiliki untuk dapat bersaing dan mengembangkan produk dengan kualitas yang lebih tinggi.

Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian merupakan hasil penelitian yang dilakukan (Mutiarra & Wibowo, 2020). Hal ini dikarenakan shopee memberikan beragam produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan shopee menawarkan beragam produk dengan variasi harga yang sesuai. Selaras dengan penelitian (F. B. Saputra et al., 2020) kualitas produk berpengaruh dengan signifikan untuk keputusan pembelian marketplace Shopee. Dengan adanya kualitas produk yang terjamin, maka membuat konsumen menjadi yakin terhadap produk yang akan dibeli. Berdasarkan alasan tersebut, maka penentuan hipotesis kualitas produk yaitu:

H₃: Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater di Surakarta.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater di Surakarta, maka peneliti mengambil kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut:

1. Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater.
2. Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater.
3. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee Paylater.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan kepada pihak shopee untuk berinovasi serta mengevaluasi dalam meningkatkan kepercayaan kepada pembeli dalam menggunakan Shopee Paylater. Karena hal ini akan sangat berdampak untuk menarik dan meningkatkan pengguna Shopee, serta dapat memberikan pengalaman positif

pengguna saat melakukan pembelian produk melalui Shopee dengan pembayaran menggunakan fitur Paylater.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan peneliti selanjutnya menambah dan menggunakan variabel lain diluar dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi dari variabel keputusan pembelian, seperti harga, promosi, merek, dan kualitas pelayanan. Serta, peneliti berikutnya dapat menggunakan cakupan wilayah yang lebih luas dengan jumlah responden yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTKA

- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Amin, A. M. (2021). Analysis Of Effect Of Trust, Ease, And Promotion On Online Purchase Decision Of Lazada.co.id (Case Study On Pelita Indonesia Students). *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4(2), 258–275.
- Aripin Mahdi. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee*. 87(1,2), 149–200. <https://core.ac.uk/download/pdf/196142693.pdf>
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2020). *Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater*. 1.
- Deliyanti, A., & Hartini. (2023). Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Journal of Nusantara Economic Science (JNES)*, 1(4), 200–207.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarif, N. (2023). *Pengaruh diskon, kemudahan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian shopee (mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis)* 1. V, 100–113.
- Iwan Syahputra Sihombing, F., Putri Maharani, Q., Cindy Amelia, F., Amelia, C., & Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, S. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Shopee Paylater. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1), 9–17. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi->
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce shopee. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- Nur Hajijah, S., Dewi, I. R., & Annisamala, Y. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di

- Kalangan Mahasiswa Kota Cirebon. *BONANZA : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(2), 28–38. <https://doi.org/10.54123/bonanza.v2i2.191>
- Nursania Dasopang. (2023). Jiemas E – Commerce Bisnis Dan Internet. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah JIEMAS*, 2, 129–135. <https://jiemas.stai-dq.org/index.php/home>
- Oktavia, Y., Istiatin, & Sarsono. (2024). Analisis Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan Trust terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee PayLater: Studi Kasus Pengguna Shopee Masyarakat Surakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4400–4410. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.944>
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 4(1), 27–38. <https://doi.org/10.47354/mjo.v4i1.358>
- Putri, E. A., Husin, A., & Sukamdiani, M. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Di Wilayah Kota Surakarta*. 2(1), 1–17.
- 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>
- Rahmizal, M. (2020). *Pengaruh Kepercayaan , Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada*. 04(03), 403–416. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>
- Saputra, F. B., Samari, & Sardanto, R. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Sistem Pembayaran Cod Marketplace Shopee Di Kecamatan Pare. *S. Manajemen, E. Akuntansi, F. Ekomomi*, 751–759.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Pay Later Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.
- Sari, I. P. (2023). *Pengaruh Fitur Pembayaran Shopee Paylater Dalam Media E-Commerce Shopee Terhadap Kepercayaan Belanja Online Pada Mahasiswa Fisip Universitas Bengkulu*. 7(1).
- Senangsa, P., & Sirait, G. M. (2022). Analisis Pengaruh Hubungan Persepsi Kemudahan dan Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Fasilitas Paylater (Studi Pada Mahasiswa Atma Jaya Pengguna Shopee Paylater). *Jurnal Transaksi*, 14(2), 1–15.

- Sudiantini, D., Aswad, H. H. Al, Iqmaliah, & Rokib, M. (2023). Pengaruh Manajemen Strategik Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater. *Central Publisher*, 1, 274–288.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Vianora, H., Hadi, E. D., & Rusdi, M. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater di Provinsi Bengkulu*. 98–114.
- Yani, I., & Sutarni. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fitur Paylater, Promosi Dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Shopee. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 270–284. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v3i2.1945>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Syahru Dwiyanti mahasiswa S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir mengenai **"Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee Paylater di Surakarta"**. Pengisian kuesioner ini memerlukan waktu 5-10 menit. Seluruh data dan informasi yang Saudara/i berikan akan terjaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan dalam penelitian ini serta dapat dipertanggungjawabkan.

Terima kasih untuk Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk ikut berpartisipasi dalam penelitian ini. Partisipasi Anda dengan mengisi kuesioner ini dapat membantu proses penyelesaian tugas akhir saya. Semoga kebaikan Anda dibalas dengan hal-hal baik. Atas partisipasi dan kesedian waktu saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Syahru Dwiyanti

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia:
 - 20 - 25 tahun
 - 26 - 30 tahun
 - 31 - 35 tahun
 - 36 – 40 tahun
4. Pekerjaan:
 - Pelajar/Mahasiswa
 - PNS
 - Wiraswasta
 - Pegawai Swasta
 - Lainnya...

Keterangan Jawaban

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Daftar Pernyataan Kuesioner

Kemudahan (X1)						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Transaksi menggunakan fitur Shopee Paylater mudah untuk dipahami dibandingkan dengan metode lainnya.					
2.	Saya merasa pembayaran menggunakan fitur Shopee Paylater mudah untuk digunakan.					
3.	Metode pembayaran Shopee Paylater memiliki kejelasan informasi mengenai cara penggunaan.					

Kepercayaan (X2)						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Menurut saya transaksi jual beli menggunakan Shopee Paylater dapat dipercaya.					
2.	Saya percaya apabila terjadi kekeliruan ataupun masalah dalam pembelian menggunakan Paylater maka penjual akan bertanggung jawab.					
3.	Saya percaya bahwa toko yang sudah dipilih untuk pembelian produk memiliki reputasi yang baik.					

Kualitas Produk (X3)						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa produk yang dibeli menggunakan Shopee Paylater memiliki daya tahan.					
2.	Saya merasa produk yang dibeli menggunakan Shopee Paylater memiliki fungsi yang jelas.					
3.	Pembeli dapat menentukan jenis produk dengan pilihan yang beragam saat melakukan pembelian.					
4.	Pembeli dapat memilih berbagai ukuran produk yang sesuai saat melakukan pembelian.					

Keputusan Pembelian (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Pembeli dapat mengambil keputusan untuk jenis produk yang diinginkan.					
2.	Pembeli dapat mengambil keputusan untuk pemilihan merek produk yang akan dibeli.					
3.	Menurut saya berbelanja menggunakan Shopee Paylater bisa dilakukan kapan saja.					
4.	Menurut saya pembayaran menggunakan Shopee Paylater sangat mudah.					