

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN RISIKO TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN METODE PEMBAYARAN
SHOPEE PAYLATER**

(Mahasiswa Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Lulus Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri



Rosha Yunita Tri Marbella

Npm: 2012010326

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
TAHUN 2024**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet mulai dikenal sejak tahun 1969, dan hingga saat ini telah menjadi kebutuhan bagi individu maupun organisasi (Astria dan Wahdiniwaty, 2021), jumlah orang yang tertarik dengan adanya internet ini meningkat pesat tiap tahunnya di Indonesia. Perkembangan ini mempunyai dampak yang signifikan secara menyeluruh, dalam berbagai sektor, termasuk pada sektor bisnis. Di Indonesia pemakaian teknologi informasi membuat operasional bisnis menjadi lebih mudah, masyarakat yang sebelumnya membeli produk secara offline kini bisa berbelanja online dan ada banyak kemudahan. Belanja online telah mengubah perilaku pembelian konsumen, yang sebelumnya hanya membeli langsung di mall, pasar, dan gerai. Mulai sekarang dapat berbelanja online yang dapat diakses dari rumah mereka sendiri. Hal ini menjadi tantangan dan peluang besar bagi perusahaan *e-commerce* untuk berkembang menjadi lebih baik di Indonesia (Saputra & Sudarwanto, 2023).

IndoNet sebagai penyedia layanan Internet (ISP) di Indonesia merupakan awal dari munculnya *E-commerce* di Indonesia. Kemunculan IndoNet menjadi bibit pemanfaatan teknologi di bidang bisnis online. Setelah IndoNet muncul, selanjutnya diikuti oleh *Dyviacom Intrabumi* atau D-Net yang hadir dianggap sebagai *pioneer* perdagangan online, hal ini merupakan kabar sangat baik bagi

orang yang memiliki bisnis dan konsumen. Namun pemakaian internet pada awalnya hanya sekedar memperlihatkan sebuah produk. Selain itu, transaksi pembayaran antara penjual dan pembeli harus bertatap muka ataupun disebut juga dengan *cash on delivery* (COD).

Membeli produk saat ini dibutuhkan hanya dengan satu kali klik di ponsel. Dengan adanya keunggulan kepada e-commerce yang amat sangat praktis, terjangkau dan mudah, hal ini tercipta kesan dari penggunaanya yang sering kali menggunakannya. *E-commerce* menawarkan harga yang berbeda, pada saat spesial momen di manfaatkan seperti, tanggal cantik atau hari libur nasional. Persaingan pada *e-commerce* guna memikat para konsumen semakin padat dengan adanya beragam keunggulan yang dimiliki pada masing-masing *e-commerce*. Pada persaingan tersebut yang juga menyebabkan ekspektasi para pembeli sangat tinggi, bisa dilihat bahwa faktor persepsi pembeli dan faktor lingkungan lainnya dapat mempengaruhi kepuasan konsumen *online*, dikarenakan kepuasan pelanggan mengarah pada bisnis yang sudah berhasil. Secara umum terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan kepuasan pembelian online dapat dikaitkan seperti mutu barang atau layanan, harga, spesifikasi produk dan promosi, keterjangkauan dalam penggunaan, serta keamanan transaksi pembayaran (Saputra & Sudarwanto, 2023).

Proses pembayaran mengalami kemajuan secara global, termasuk di Indonesia, berkat hadirnya *financial technology* (*FinTech*). Kehadiran *FinTech* diharapkan sanggup memudahkan transaksi pembayaran. Perusahaan *FinTech* dan *E-commerce* telah melaksanakan dari pembaruan yang terkait dengan alternatif pada

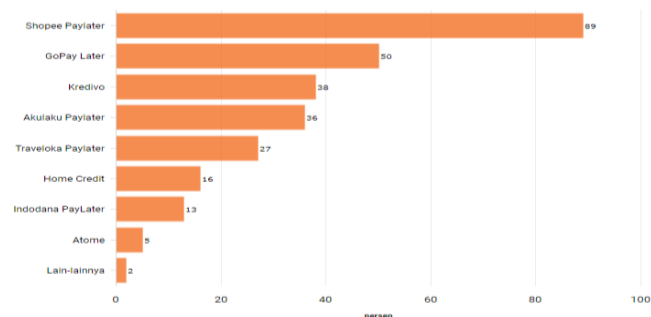
transaksi pembayaran *online* berbasis pinjaman yaitu PayLater. PayLater adalah sebuah metode pembayaran online yang mirip dengan kartu kredit bank, namun tanpa memerlukan kartu pinjaman. Dengan PayLater, pengguna dapat membeli produk dan membayarnya dalam satu kali pembayaran atau dicicil nanti. Selain kartu kredit, debit, dan transfer mobile, PayLater juga merupakan opsi pembayaran digital yang dapat digunakan.

Paylater mempunyai kelebihan yang mudah, lancar dan efisien saat pemakaian, dan juga digunakan untuk jalan pintas (alternatif) untuk menutupi kebutuhan yang amat sangat mendesak. Apalagi kalau ada penawaran menarik seperti gratis biaya penanganan dan lainnya.

Di balik kelebihan yang mudah, lancar dalam pemakaian dan efisien, Paylater harus waspada terhadap bahaya yang terkait dan dengan penggunaan Paylater, seperti bunga pinjaman yang terbilang cukup tinggi, terlilit hutang, dan risiko, pengguna harus memahami keamanan data mereka saat menggunakan layanan tersebut, termasuk semua risiko yang terkait. (Rahayu, 2022).

Saat ini, banyak e-commerce yang menyediakan layanan PayLater, seperti Shopee, Gopay, Kredivo, Tokopedia, Akulaku, Traveloka, dan lainnya. Namun, perkembangan e-commerce didominasi oleh platform Shopee. Secara umum, Shopee menerima umpan balik terbaik dari konsumen dalam hal kualitas dan pelayanan, serta jumlah penggunaan Shopee Paylater yang terus meningkat setiap bulan.

Layanan Shopee PayLater yaitu suatu layanan keuangan yang memberikan keleluasaan pengguna Shopee untuk melakukan pembelian produk dengan opsi pembayaran PayLater. Shopee PayLater merupakan hasil kerjasama antara Shopee Internasional Indonesia dan PT. Commerce Finance. Dengan Shopee PayLater, pengguna Shopee dapat membeli produk yang mereka inginkan dan membayarnya pada tanggal jatuh tempo yang telah ditentukan (Rossa & Ashfath, 2022). PayLater merupakan opsi yang dapat membantu masyarakat berbelanja meskipun mereka tidak memiliki uang saat itu. Kemudahan dalam persyaratan pendaftarannya menarik minat orang-orang, termasuk mahasiswa, untuk menggunakannya. Fitur PayLater memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi tanpa harus membayar segera, dengan kemudahan pembayaran dicicil dengan bunga yang rendah. Namun, dana dari Shopee PayLater hanya dapat digunakan untuk pembelian produk dan tidak dapat diuangkan, berlaku untuk pembelian produk. Dapat dilihat dari grafik pelayanan Paylater yang sering digunakan oleh masyarakat di Indonesia pada tahun 2023 berikut ini:



Gambar 1.1
Grafik Pelayanan Paylater pada Marketplace
Sumber: Databoks-Katadata 2023

Berdasarkan grafik dari Databoks-Katadata 2023. Shopee Paylater masih unggul dalam pelayanan Paylater dengan presentase mencapai 89%, pada urutan kedua ada gopaylater dengan 50%, diikuti dengan kredivo berjumlah 38%, akulaku 36%, traveloka paylater dengan 27% konsumen. Pada jumlah sebanyak 13% dan 16% pengguna memakai layanan paylater pada indodana dan home credit. Sisanya 2% layanan Paylater menggunakan lainnya. Analisis ini dilakukan pada 15-18 September 2023 terhadap 1.017 responden yang tersebar di Indonesia.

Untuk menggunakan fitur Paylater di Shopee, pengguna harus memenuhi beberapa persyaratan tertentu. Pengguna harus melakukan transaksi secara rutin di aplikasi Shopee dan selalu memperbarui aplikasi Shopee di Play Store atau App Store. Persyaratan ini penting untuk memastikan bahwa pengguna memiliki akses ke fitur-fitur terbaru dan kemudahan penggunaan dalam memanfaatkan layanan pembayaran Paylater yang disediakan oleh platform. Selain itu, pengguna harus bertransaksi secara aktif di Shopee selama minimal tiga bulan, dan akun Shopee mereka harus terdaftar serta terverifikasi. Jika semua persyaratan ini terpenuhi, fitur PayLater akan diaktifkan secara otomatis pada akun pengguna Shopee.

Fenomena pada saat ini terlihat banyak mahasiswa yang tinggal jauh dari keluarga dan mengalami keterbatasan dalam uang saku, sehingga mereka bingung untuk membagi uang antara kebutuhan dan keinginan. Mahasiswa memiliki banyak keinginan dibandingkan kebutuhan, misalnya untuk membeli baju untuk kuliah, nongkrong, apalagi kalau ada hal yang darurat yang menjadi uang tersebut

terpakai tidak sesuai kebutuhan. Saat mahasiswa menghadapi krisis keuangan, Shopee PayLater dapat digunakan untuk membantu serta mempermudah pengguna dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan berbelanja.

Shopee Paylater sering kali memudahkan konsumen untuk memenuhi keinginan mereka saat membeli produk yang diminati, yang dapat mendorong perilaku belanja secara terus menerus. Dalam perilaku ini, konsumen membeli produk tanpa perencanaan sebelumnya dan tanpa sadar. Ini berbeda dengan keputusan pembelian bertahap, di mana pembelian dilakukan secara bertahap dari waktu ke waktu berdasarkan alasan tertentu. Sebelum membuat keputusan untuk membeli, konsumen harus memutuskan produk atau jasa yang ingin mereka gunakan. Karena langkah-langkah dalam keputusan pembelian tidak terlepas dari sikap konsumen, keputusan ini didasarkan pada kebiasaan mereka dalam membuat pembelian. Penjelasan dari keputusan pembelian ialah proses di mana konsumen mengenali masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi seberapa baik setiap alternatif dapat memenuhi kebutuhannya. Kontribusi Shopee Paylater terhadap keputusan pembelian itu sendiri adalah Shopee Paylater membantu pengguna yang tidak mempunyai uang secara cash dan Shopee Paylater dapat mempercepat proses checkout saat berbelanja di Shopee, sehingga pengguna dapat menghemat waktu untuk proses pembelian.

Dalam proses pembelian produk, terdapat banyak faktor yang mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian, salah satunya adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan ini memiliki dampak terhadap perilaku individu dalam

memakai teknologi. Semakin pengguna merasa nyaman dan terbiasa menggunakan teknologi, semakin mudah bagi mereka untuk mengakses informasi di internet. Kemudahan penggunaan juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Faktor kemudahan tersebut ialah teknologi informasi yang dapat diakses dan dipahami dengan mudah oleh berbagai kalangan dibandingkan dengan pembayaran Paylater lainnya. Semakin mudah platform tersebut digunakan, semakin besar minat pengguna untuk memakainya. Shopee Paylater menawarkan layanan yang mudah digunakan, terutama dalam hal persyaratan pengajuannya yang lebih sederhana dibanding layanan Paylater lainnya. Persyaratan memiliki akun Shopee yang tervalidasi minimal 3 bulan dan memiliki E-KTP pengguna langsung bisa melakukan pengajuan untuk mendapatkan limit Shopee Paylater. Akan tetapi, kemudahan dalam pengoperasian Shopee Paylater ada beberapa kendala yang tidak semua mengalami kendala tersebut yaitu saat melakukan registrasi atau di saat *face id* pengguna tidak langsung terdeteksi, jadi ada pengguna yang tidak bisa menggunakan Shopee Paylater karena hal tersebut. Pada penelitian (Zahroh et al., 2023), kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain variabel kemudahan, kepercayaan juga merupakan hal yang mendorong seseorang untuk membuat keputusan pembelian. Kepercayaan adalah faktor kunci yang mendorong konsumen untuk melakukan transaksi, terutama dalam pembayaran digital. Banyak yang beranggapan bahwa penyedia layanan telah

mengatasi masalah keamanan dan kerahasiaan. Namun, masih banyak yang belum sepenuhnya memahami masalah tersebut. Kepercayaan terhadap fitur Shopee Paylater akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Hingga kini, kasus pembelian semakin sering terjadi apalagi online, terutama dalam transaksi penjualan dan pinjaman yang dilakukan melalui aplikasi marketplace. Dengan konsumen mempercayai terhadap fungsi Shopee Paylater. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen mempercayai terhadap fungsi Shopee Paylater. Hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian (Rosiwan & Lasmanah, 2024), variabel kepercayaan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater, meskipun terdapat beberapa perbedaan pada penelitian (Ayuningtiyas & Gunawan, 2018) Kepercayaan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian.

Selain variabel kemudahan dan kepercayaan, variabel risiko juga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian, terutama terkait dengan peminjaman melalui Shopee Paylater. Untuk mengurangi risiko, Shopee Paylater menawarkan pilihan jangka waktu pembayaran yang fleksibel, yang dimulai dari 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan, hingga 6 bulan, yang dapat dipilih oleh konsumen. Diharapkan pada konsumen dapat melakukan pembayaran tersebut tepat waktu dalam jangka waktu yang ditentukan. Jika pengguna gagal bayar tagihan pada waktu yang ditentukan, maka konsumen tidak memiliki akses, keterbatasan terhadap fitur-fitur aplikasi dan tidak dapat menggunakan fitur bayar nanti ini. Hal tersebut ialah risiko waktu yang harus diwaspadai oleh pengguna Shopee Paylater dan dapat diterima oleh konsumen. Risiko waktu dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater secara tidak langsung. Kata

tersebut di dukung pada penelitian (Winaldi, 2021) yang menyatakan bahwa, risiko mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian saat menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater. Akan tetapi penemuan tersebut berbanding terbalik dengan (Larasati Nurhasanah, 2023) mengatakan risiko tidak mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee PayLater. Faktor lain dari risiko pada penggunaan Shopee Paylater ialah kurangnya edukasi dan pemahaman tentang fitur, bunga, biaya, dan risiko Shopee Paylater dapat menjebak konsumen dalam masalah keuangan dan pengguna yang tidak memahami risikonya dengan baik mungkin mengambil keputusan yang tidak tepat dalam menggunakan Shopee Paylater.

Dalam penelitian ini memiliki kebaruan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh pembayaran Shopee Paylater mengalami pertumbuhan penggunaan secara pesat, terutama di kalangan mahasiswa yang termasuk Gen Z. Hal ini didorong oleh kemudahan akses penggunaan, kepercayaan terhadap risiko Shopee Paylater, pembayaran dengan cepat tanpa uang tunai dan memenuhi keinginan mereka terutama memenuhi kebutuhan hidup.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih mendalam guna memahami metode pembayaran Shopee PayLater sebagai faktor dalam keputusan pembelian, dengan judul penelitian **“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater”**

B. Identifikasi Masalah

Dengan adanya penjelasan mengenai latar belakang masalah tersebut, identifikasi masalah yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kendala kemudahan dalam pengoperasian membuat pengguna kesulitan dalam pembuatan akun Shopee Paylater.
2. Kepercayaan pengguna saat menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater memiliki dampak pada saat melakukan proses pengambilan keputusan pembelian.
3. Risiko waktu pada penggunaan Shopee Paylater yang kurang diterima mahasiswa dalam melakukan pinjaman.
4. Keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater sangat membantu Mahasiswa dalam mengalami krisis ekonomi.

C. Batasan Masalah

Untuk memastikan masalah tidak terlalu luas dan tetap sesuai dengan perumusan pokok masalah, peneliti sebaiknya fokus pada pembahasan "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater".

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah yang akan dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater?

2. Apakah kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater?
3. Apakah risiko mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater?
4. Apakah Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko mempengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan dengan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.
3. Untuk menganalisis pengaruh Risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai rekomendasi yang meningkatkan pemahaman tentang bagaimana kemudahan, kepercayaan, dan

risiko mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan metode pembayaran Shopee PayLater. Selain itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi wadah untuk mengembangkan pengetahuan yang teoritis dalam bidang ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian saat ini diharapkan dapat membentuk platform guna eksplorasi serta pengembangan keterampilan individu, dan juga memberikan pemahaman tentang bagaimana faktor kemudahan, kepercayaan, dan risiko berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater.

b. Bagi Konsumen

Penelitian saat ini bertujuan untuk memberikan solusi kepada konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

c. Bagi Perusahaan

Pada dasarnya adanya penelitian ini perusahaan dapat memahami dampak kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater, para pelaku bisnis dapat mempertimbangkan kebijakan Shopee Paylater mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., & Mada, U. G. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Andana, R., & Muslih, B. (2023). Analisis Keputusan Penggunaan ShopeePAY Berdasarkan Promosi, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan(Studi Pada Mahasiswa Universitas PGRI Kediri). 2, 594–604.
- Astria, Nikita, dan Rahma Wahdiniwati. 2021. "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Intensitas Pembelian Ulang Melalui E-commerce." 01.Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Ayuningtyas, Kartika & Hendra Gunawan. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration* vol 2 no 1 hal 152-165
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Public Knowledge Project Telkom University*, 2(1), 89–103.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan resiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater. *proceeding of manajement*, 1-15.
- Davis. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339. doi; 10.2307/249008.
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 115–124.
- Dwi Susanti, R. A., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(1), 57–71. <https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2404>
- EA Putri, A & Husin, M. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Di Wilayah Kota Surakarta. 2(1), 1–17.

- Ghozali, I. (2018). Penerapan analisis multivariat dengan Program IBM SPSS 25. *Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro*
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.
- Harun, A., & Salmah, N. N. A. (2020). Determinan Keputusan Pembelian Pelanggan Berdasarkan Kepercayaan dan Kemudahan Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(2), 114–126.
- Janna, N. M. (2021). *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan spss*. 18210047.
- JKIFarhan Akhmad. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). 1–14.
- Kotler, P & Keller, Kevin L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta. PT. Indeks.
- Larasati Nurhasanah. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Masyarakat Surakarta)*.
- Leksani Dwi Rahayu. (2022). *Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater*. 1–23.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 1-8.
- Mowen, John C., & Michael Minor. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Edisi. Kelima. Erlangga. Jakarta.
- Mukti, D. R. G., Samari, & Sardanto, R. (2023). Analisis harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada cv nagha asmara. *Simposium Manajemen dan Bisnis II*, 2, 170–179.
- Mulyadi, A., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada. *Jembatan*, 15(2), 87–94.
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., Jalil, A. (2020). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, 3(1).

- Oktaviani, T. I. A. A., & Garnasih, R. L. (2023). *Apakah Budaya Organisasi Sangat Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai ?* 543–547
- Pringgadini, S. A., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Kepercayaan , Perceived Security , Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pospay (Studi Kasus Pengguna Pospay Kantor Pos Pati) Abstrak. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 574–584. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1774>
- Priansa. (2017). *Keputusan Pembelian Pengaruh Website Quality, Sales Promotion, Prices Through Consumer Trust*. Lowokwaru Kota Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- 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>
- Rahmah, F. K., Hartiyah, S., Trihudyatmanto, M. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*. June.
- Rendy Putra Pradwita, R. B., Handoko, Y., & Rachmawati, I. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Pada Website Www.Laroslaptop.Com Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 8(2), 212–220. <https://doi.org/10.31846/jae.v8i2.312>
- Rianty, D. A. O., & Suprpti, N. W. S. (2023). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Online Pada Situs Lazada. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(3), 500–517.
- Rosiwan, G. A., & Lasmanah. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Pengguna Terhadap Penggunaan Sistem Kredit Online pad Aplikasi Kredivo di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen*, 2, 69-76.
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen ...*, 1–15.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan ShopeePaylater masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.
- Sarihim, & Leo Alexander Tambunan. (2022). Pengaruh Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 17–20. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.343>

- Setiawati. (2021). *Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bei*. 1(8).
- Siregar, I. N. P., & Natalia, E. (2018). Pengaruh Merek Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dvd Player Elecor Pada Pt. Cakrawala Elecorindo Medan. *Niagawan*, 7(2), 80–89. <https://doi.org/10.24114/niaga.v7i2.10754>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, Cv.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. 3(2), 201–214.
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricssindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93.
- Winaldi, A. A. (2021). Peran Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopay Later. Laporan Skripsi Terapan, hlm 53.
- Yuliawan, Eko; Siagian, H. W. L. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualias Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 12(1), 34–49.
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kab. Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62.