

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN TRANSAKSI
PEMBAYARAN SHOPEE *PAYLATER*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
pada Program Studi Manajemen



Oleh :

SITI KHAMI DATUNNISA
NPM : 2012010280

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

Skripsi oleh :

SITI KHAMI DATUNNISA
NPM: 2012010280

Judul:

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN TRANSAKSI
PEMBAYARAN SHOPEE *PAYLATER***
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri)

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 28 Juni 2024

Pembimbing I



Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A
NIDN. 0706108902

Pembimbing II



Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.
NIDN. 0728068702

Skripsi oleh :

SITI KHAMI DATUNNISA
NPM: 2012010280

Judul:

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN TRANSAKSI
PEMBAYARAN SHOPEE *PAYLATER*
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 11 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia penguji

1. Ketua : Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A
2. Penguji I : Dr. H. Samari, M.M
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak



Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Amin Tohari, M.Si
NIP. 0715078102



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Siti khami datunnisa
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl.lahir : Nganjuk/ 09 Mei 2002
NPM : 2012010280
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kersarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 04 Juli 2024

Yang Menyatakan



Siti Khami Datunnisa
NPM. 2012010280

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Kebahagiaan itu ibarat kupu-kupu, jika kau mengejarnya ia akan melarikan diri darimu, tapi jika kau duduk dengan tenang, ia akan turun ke tanganmu. Maka bersabarlah karena sabar itu indah

~ Syeikh Ali Jaber ~

Jangan mudah menyerah pada mimpi-mimpi kita. Kita harus berusaha keras dan berdoa kepada tuhan, karena tuhan tidak akan menyiakan-nyiakan usaha kita yang

ikhlas

~ KH. Agus Muhammad Iqdam ~

Kupersembahkan karya ini untuk :

Alm bapakku dan ibuku yang tercinta serta nenek dan kedua kakakku yang tersayang

ABSTRAK

Siti Khami Datunnisa: Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Transaksi Shopee *Paylater* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri)
Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : Kemudahan, Manfaat, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian

Kehadiran *e-commerce* di Indonesia menciptakan dunia bisnis semakin berkembang, salah satunya yang banyak dikunjungi adalah shopee. Keberhasilan shopee dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen Indonesia membuatnya menjadi pilihan utama dalam dunia *e-commerce*. Shopee juga memudahkan penggunaannya dalam metode pembayaran yaitu shopee *paylater*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, manfaat, persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater* studi pada Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah menggunakan fitur pembayaran shopee *paylater*. Metode pengambilan sampel dengan teknik *accidental sampling*, sehingga sampel yang digunakan sebanyak 85 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*. Variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*. Sedangkan variabel kemudahan, manfaat dan persepsi risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Transaksi Pembayaran Shopee *Paylater*” ini ditulis guna sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
3. Restin Meilina, M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
4. Dr. Ismayantika Dyah Puspitasari., M.B.A dan Dyah Ayu Paramitha, M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan serta bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Cinta pertama dan panutanku Alm Bapak Sukiman yang telah sabar membesarkan penulis meskipun hanya 10 tahun lamanya, tetapi hal tersebut sangat bermakna bagi penulis tanpa lelah beliau sudah berjuang dan sabar dalam segala hal. Alhamdulillah kini penulis sudah berada

tahap pendidikan sarjana yang dulunya penulis duduk pada bangku sekolah dasar kini telah tumbuh dewasa, semoga bapak ditempatkan disurganya Allah amin

6. Pintu surgaku Ibu Sumirah. beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, meskipun beliau tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, tapi semangat motivasi dan doa yang beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana
7. Kedua Kakak tersayangku Muhammad Muslih dan Ika Dwi Nur Hayati serta Nenek tercintaku Tami terimakasih banyak atas dukungan secara moral maupun material, terimakasih juga atas segala motivasi dan dukungannya yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana
8. Untuk diri saya sendiri Siti Khami Datunnisa terimakasih telah kuat sampai detik ini yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.
9. Teman-teman serta Sahabatku yang telah kebersamai penulis dan memberikan inspirasi untuk menyelesaikan skripsi ini

10. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas

Kediri, 25 Juni 2024

Siti Khami Datunnisa
NPM: 2012010280

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Peneltian	14
BAB II : KAJIAN TEORI	
A. Kajian Teori	16
1. <i>Shopee Paylater</i>	16
2. Keputusan Pembelian	20
3. Kemudahan	24
4. Manfaat	26
5. Persepsi Risiko	28
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Berpikir	34
D. Karangka Konseptual	40
E. Hipotesis	41
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Variabel Penelitian	43

1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	43
2. Definisi Operasional Variabel.....	43
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	46
1. Pendekatan Penelitian.....	46
2. Teknik Penelitian.....	46
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
1. Tempat Penelitian.....	47
2. Waktu Penelitian.....	47
D. Populasi dan Sampel.....	48
1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	48
E. Instrumen Penelitian.....	49
1. Pengembangan Instrumen.....	49
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	50
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Sumber Data.....	53
2. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Teknik Analisis Data.....	55
1. Uji Asumsi Klasik.....	55
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3. Uji Hipotesis.....	59
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN.....	61
B. Deskripsi Data Variabel.....	67
1. Deskripsi Variabel Bebas.....	67
2. Deskripsi Variabel Terikat.....	71
C. Analisis Data.....	73
D. Pengujian Hipotesis.....	79
E. Pembahasan.....	81

BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	87
	B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN-LAMPIRAN		93

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	33
3.1 Skala Instrumen Penelitian.....	49
3.2 Kisi-kisi Instrumen	50
3.3 Hasil Pengujian Validitas.....	51
3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	52
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	66
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan	67
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Manfaat.....	69
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Risiko	70
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	72
4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	75
4.9 Hasil Uji Autokorelasi	77
4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
4.11 Hasil Uji T	79
4.12 Hasil Uji F.....	80
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Presentase pengguna <i>paylater</i>	4
2.1 Kerangka konseptual.....	41
4.1 Jumlah unduhan shopee di <i>google playstore</i>	62
4.2 Tampilan beranda shopee	63
4.3 Hasil uji normalitas.....	74
4.4 Hasil uji heteroskedastisitas.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	96
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	98
Lampiran 3 Hasil Uji Variabel.....	107
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabel.....	111
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Jawaban Responden.....	112
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	122
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	123
Lampiran 8 Dokumentasi.....	125

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pekembangan teknologi yang sangat cepat menyebabkan perubahan kebudayaan ekonomi masyarakat Indonesia. Seiring dengan terjadinya perubahan teknologi mendorong lahirnya industri untuk ekonomi digital Indonesia. Dampak positif dari perubahan teknologi membuat masyarakat Indonesia untuk memasuki era ekonomi digital. Pengembangan ekonomi digital menjadi salah satu strategi untuk mempercepat perubahan perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan *platform* digital. Salah satu sektor yang berkontribusi untuk ekonomi digital adalah *e-commerce* atau elektronik commerce. Di masa lalu, pelanggan harus mengunjungi toko secara langsung. Namun, munculnya *e-commerce* di Indonesia telah menyebabkan lingkungan bisnis yang meningkat. Orang sekarang dapat berbelanja lebih mudah tanpa harus mengunjungi toko hanya dengan menelusuri melalui *e-commerce*, mereka dapat langsung memilih katalog produk yang diinginkan (ZEIN, 2023).

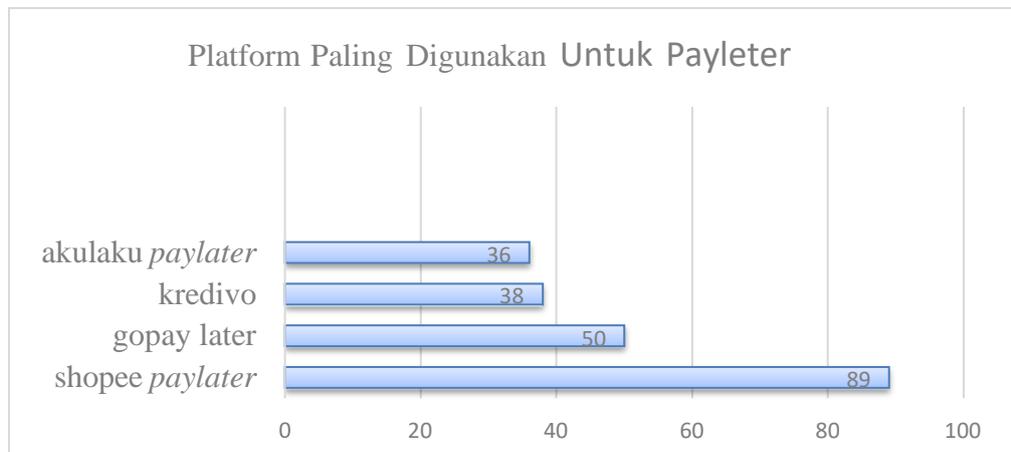
E-commerce sudah ada di Indonesia pada tahun 1994 dengan ditandai lahirnya IndoNet sebagai *Internet Service Provider* (ISP). Kehadiran IndoNet menjadi pembuka kesempatan dan peluang pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi dalam segala bidang, termasuk perdagangan. Pada masa itu layanan internet dimanfaatkan untuk menjadi etalase digital. Seiring dengan berjalannya waktu, terbentuklah

berbagai model *e-commerce* salah satunya adalah *marketplace*. Adapun *marketplace* yang sedang berkembang di Indonesia seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Blibli dan lain sebagainya. Namun pada saat ini *marketplace* yang banyak dikunjungi adalah shopee, karena shopee banyak memberikan timbal balik yang baik kepada para penggunanya, sehingga banyak yang tertarik untuk menggunakan shopee setiap bulannya (Aisah, 2022).

Shopee merupakan *e-commerce* yang berhasil mengukuhkan dirinya sebagai pemain kunci dalam industri perdagangan elektronik di Indonesia. *Platform* ini tidak hanya menawarkan kemudahan dalam berbelanja secara online tetapi juga memberikan berbagai insentif dan keuntungan bagi penggunanya. Salah satu keunggulan utama shopee adalah penggunaan model bisnis yang *inklusif*, memungkinkan berbagai jenis penjual, baik perorangan maupun usaha kecil, untuk menjual produk mereka dengan mudah (Hidayanti, 2023). Hal ini menciptakan ekosistem yang beragam dan menyediakan konsumen dengan pilihan produk yang sangat luas. Shopee terkenal dengan inovasinya dalam memberikan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan dan menguntungkan. Program loyalitas, promo harian, serta penawaran khusus menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Shopee juga aktif menggelar berbagai event besar, seperti Shopee 9.9, 10.10, hingga HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional), yang memberikan diskon besar-besaran dan cashback kepada pengguna. Keberhasilan shopee dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen Indonesia membuatnya menjadi pilihan utama dalam dunia *e-commerce*.

Shopee juga memudahkan penggunaannya dalam metode pembayaran, misalnya adanya fitur pembayaran shopeepay, *Cash on delivery* (bayar ditempat), transfer via bank dan shopee *paylater*. Yang paling special dari fitur pembayaran lainnya adalah shopee *paylater*.

Shopee *paylater* merupakan inovasi terbaru dalam ekosistem pembayaran *e-commerce* yang diperkenalkan oleh shopee, salah satu *platform e-commerce* terkemuka di Indonesia. Metode pembayaran ini memberikan konsumen pilihan untuk berbelanja tanpa harus membayar secara langsung pada saat transaksi, melainkan dengan memberikan keleluasaan untuk membayar dalam jangka waktu tertentu, yang dapat mencakup rentang waktu satu hingga dua belas bulan (Siregar et al., 2023). Proses *regristrasi* yang sederhana menjadikan shopee *paylater* menarik bagi calon pengguna dengan waktu pendaftaran yang singkat serta adanya pengawasan transaksi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk memberikan rasa aman dan keamanan bagi pengguna. Sehingga, fitur pembayaran ini cocok digunakan oleh Masyarakat dan mahasiswa yang sedang mengalami krisis keuangan ketika ingin berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mereka. Bagaimanapun, limit dari *paylater* ini tidak dapat diuangkan, karena berlaku untuk pembelian barang. Selain shopee ada banyak *marketplace* yang menyediakan layanan *paylater*, berikut kita dapat melihat presentase layanan *paylater* yang banyak digunakan di Indonesia.



Sumber : katadata.co.id

Gambar 1 1

Presentase Pengguna *Paylater*

Berdasarkan informasi dari katadata.co.id, shopee *paylater* mendominasi sebagai *marketplace* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Persaingan sangat ketat, dengan shopee *paylater* memiliki rata-rata pengguna mencapai 89% lebih tinggi dibandingkan metode pembayaran lainnya seperti gopay later yang dibawahnya mencapai 50%, kredivo jumlahnya 38% dan akulaku *paylater* 36%. Dari data presentase diatas, memperlihatkan bahwa shopee *paylater* memiliki proyeksi angka paling tinggi, hal tersebut menandakan shopee *paylater* sangat berguna bagi konsumen yang suka berbelanja online, karena dalam penggunaanya sangat mudah dan efisien. Sehingga hal tersebut mendorong pengguna untuk melakukan keputusan pembelian.

Menurut (Banani & Selvi, 2023) keputusan pembelian merujuk pada proses pemilihan dan pembelian produk atau layanan yang dilakukan oleh konsumen. Proses ini melibatkan serangkaian tahapan, mulai dari

mengidentifikasi kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan mencapai keputusan akhir. Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, seperti harga dan kualitas, tetapi juga oleh faktor emosional, preferensi pribadi, dan pengalaman sebelumnya. Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh iklan, ulasan produk, rekomendasi dari teman atau keluarga, serta pengalaman langsung dengan produk atau layanan tersebut.

Keputusan pembelian dapat bersifat *impulsif* atau terencana, tergantung pada kompleksitas produk atau layanan serta tingkat kebutuhan dan keterlibatan konsumen dalam proses pembelian tersebut. Keputusan pembelian tidak hanya merupakan tindakan individual, melainkan juga dipengaruhi oleh sejumlah faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal mencakup pengaruh lingkungan sosial, budaya, ekonomi, dan teknologi. Misalnya, tren budaya, iklan media sosial, atau faktor ekonomi seperti diskon dan promosi dapat memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian. Di sisi lain, faktor internal mencakup motivasi, persepsi, sikap, dan nilai-nilai individu. Pengalaman pribadi, preferensi merek, dan karakteristik demografis juga dapat memengaruhi cara individu membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap kompleksitas keputusan pembelian menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik konsumen dan memahami dinamika pasar.

Menurut (Pratiwi & Indita, 2022) Kemudahan mencakup sejauh

mana suatu metode pembayaran dapat diakses dan dilakukan tanpa adanya hambatan yang signifikan. Sebuah sistem pembayaran dianggap mudah jika dapat diakses dengan cepat, meminimalisir langkah-langkah yang rumit, dan memberikan pengalaman transaksi yang lancar bagi pengguna. Faktor-faktor seperti antarmuka yang ramah pengguna, panduan yang jelas, dan waktu yang efisien menjadi penentu utama dalam menilai tingkat kemudahan suatu layanan pembayaran. Dalam pembayaran online kemudahan juga dapat diartikan dari segi proses *registrasi* yang sederhana, persyaratan dokumen yang minimal, dan waktu yang dibutuhkan untuk mengaktifkan suatu layanan pembayaran. Selain itu, *shopee paylater* juga memberikan kemudahan dalam pemilihan jangka waktu pembayaran cicilan dan batasan limit yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan memberikan kemudahan ini diharapkan konsumen merasa terbantu dan termotivasi untuk memilih Shopee dalam aktivitas belanja online mereka.

Menurut (Sari, 2021) manfaat adalah segala sesuatu yang memberikan keuntungan atau nilai positif bagi individu atau kelompok. Dalam konteks umum, manfaat mencakup hasil positif atau keuntungan yang diperoleh dari suatu tindakan, keputusan, atau penggunaan suatu produk atau layanan. Manfaat dapat bersifat materiil, seperti penghematan waktu atau uang, atau bersifat immateriil, seperti peningkatan kenyamanan atau kepuasan psikologis. Pemahaman manfaat suatu hal menjadi penting dalam konteks keputusan konsumen, karena individu cenderung memilih produk atau layanan yang memberikan manfaat terbesar bagi mereka.

Manfaat adalah sejauh mana seseorang menerima bahwa pemanfaatan inovasi dalam teknologi akan memajukan kinerja mereka. Manfaat yang diterima masyarakat akan didapatkan dari pemanfaatan inovasi teknologi tertentu. Sehingga, dapat dikaitkan bahwa dengan menggunakan *shopee paylater* masyarakat dapat meningkatkan performanya dalam melakukan aktifitasnya. Semakin besar manfaat yang didapatkan, semakin besar pula keinginannya untuk melakukan keputusan pembelian menggunakan *shopee paylater* (Atieq & Nurpiani, 2022).

Selain manfaat pengaruh lainnya adalah persepsi risiko, menurut pendapat (Sirait et al., 2021) persepsi risiko adalah potensi terjadinya kerugian atau dampak negatif yang dapat timbul dari suatu tindakan, keputusan, atau situasi tertentu. Risiko dapat berasal dari berbagai faktor, termasuk ketidakpastian, kegagalan, atau kerugian finansial. Dalam konteks pengambilan keputusan, individu atau organisasi perlu mempertimbangkan risiko untuk menghindari atau mengurangi kemungkinan terjadinya dampak negatif. Pemahaman risiko menjadi krusial dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keuangan, kesehatan, dan bisnis. Dalam konteks keputusan pembelian, konsumen seringkali mengevaluasi manfaat dan risiko suatu produk atau layanan sebelum membuat keputusan akhir.

Risiko mengacu pada keraguan dan hasil yang terkait dengan aktivitas konsumen. Analisis perilaku pembeli mencirikan persepsi risiko yang dilihat sebagai ketajaman konsumen terhadap ketidakstabilan dan hasil negatif dari memperoleh barang atau keuntungan. Risiko yang terlihat

meningkat karena ketidakstabilan atau besarnya hasil negatif. Literatur yang ada terus bergabung dengan sekuritas untuk melihat peluang ketika analis berbicara tentang komponen penting yang terkait dengan *marketplace* (Atieq & Nurpiani, 2022).

Dapat disimpulkan bahwa, Risiko yang dirasakan adalah ketidakpastian yang timbul dari penggunaan suatu produk atau jasa, hasil dari penggunaan produk atau jasa tersebut sedemikian rupa sehingga kemungkinan terjadinya akibat negatif atau kerugian dapat diterima. Situasi yang melibatkan ketidakpastian secara otomatis melibatkan risiko. Situasi berbahaya membutuhkan kepercayaan agar para pihak siap mengambil tindakan. Kurangnya kepercayaan dapat dilihat sebagai hambatan dalam menggunakan *Paylater*. Kepercayaan mengacu pada keyakinan pelanggan bahwa janji perusahaan kepada pelanggan dapat diandalkan dan akan memberikan tindakan yang saling menguntungkan dalam hubungannya dengan perusahaan. Sederhananya, kepercayaan hanyalah keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan melaksanakan seluruh kewajibannya sesuai dengan yang diharapkan (Rodiah & Melati, 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2023) dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan *Shopee Paylater* Di Solo Raya”, menunjukkan hasil penelitian bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi

paylater. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh ZEIN (2023) dengan judul “ Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)”, menunjukkan hasil bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*. Dimana variabel kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*. Variabel risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*. Kedua penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih secara lebih mendalam terkait kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian, agar mendapat pemahaman yang mendalam tentang definisi kemudahan dalam konteks keputusan pembelian shopee *paylater* menjadi kunci penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan memperluas penerimaan masyarakat terhadap inovasi teknologi keuangan seperti ini.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wulan Dary & Pudjiharjo, 2022) menyatakan bahwa penggunaan shopee *paylater* membawa sejumlah manfaat yang signifikan bagi konsumen dalam konteks keputusan pembelian. Pertama-tama, fitur *paylater* memungkinkan konsumen untuk berbelanja secara *fleksibel* tanpa perlu membayar secara langsung pada saat transaksi. Hal ini memberikan keleluasaan finansial, terutama dalam situasi di mana konsumen mungkin membutuhkan barang atau layanan tertentu

namun tidak ingin langsung mengeluarkan uang secara penuh.

Selain itu, *shopee paylater* juga memberikan opsi untuk mencicil pembayaran sesuai dengan kemampuan keuangan pengguna, sehingga memudahkan mereka untuk mengelola anggaran dan menjaga likuiditas keuangan (Saputra & Sudarwanto, 2023). Di balik manfaatnya penggunaan *shopee paylater* juga melibatkan sejumlah risiko yang perlu diperhatikan oleh konsumen. Pertama-tama, ada risiko terkait dengan keuangan pribadi, terutama jika pengguna tidak dapat mengelola kewajiban pembayaran secara bijak. Jika tidak digunakan dengan hati-hati, kemampuan untuk mencicil pembayaran dapat menjadi alat yang memicu hutang yang tidak terkendali. Risiko keamanan juga perlu diperhatikan, meskipun *shopee paylater* telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pengguna tetap perlu menjaga keamanan akun dan data pribadi mereka agar tidak jatuh ke tangan yang salah (Atwandira, 2023). Dalam hal ini penting bagi konsumen untuk memiliki pemahaman yang menyeluruh tentang manfaat dan risiko penggunaan *shopee paylater* sebelum mengambil keputusan. Kesadaran ini dapat membantu mereka membuat keputusan yang bijak dan merencanakan penggunaan layanan ini sesuai dengan situasi keuangan pribadi masing-masing. Dengan demikian, manfaat dan risiko *shopee paylater* dapat dikelola secara seimbang, memberikan pengalaman berbelanja yang lebih aman dan menyenangkan bagi konsumen.

Penelitian ini akan dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang memiliki kecenderungan untuk menggunakan

shopee *paylater* atas sejumlah faktor yang memotivasi pilihan mereka. Pertama-tama, kemudahan dalam proses *registrasi* shopee *paylater* memberikan keunggulan tersendiri. Proses yang sederhana dengan persyaratan minimal seperti KTP, NIK, dan verifikasi wajah membuatnya lebih mudah diakses oleh mahasiswa, yang cenderung menghargai efisiensi dan keterjangkauan dalam pemanfaatan layanan. Selain itu, waktu pendaftaran yang singkat juga sejalan dengan gaya hidup mahasiswa yang dinamis dan sibuk, memungkinkan mereka untuk dengan cepat memanfaatkan layanan tersebut tanpa kendala administratif yang berlebihan. Kemudian shopee *paylater* menyajikan opsi pembayaran yang lebih fleksibel sesuai dengan kebutuhan keuangan mahasiswa. Mahasiswa seringkali menghadapi tantangan dalam pengelolaan anggaran, dan opsi pembayaran yang dapat dicicil sesuai kemampuan finansial memberikan kemudahan dalam berbelanja tanpa memberatkan kondisi keuangan. Faktor fleksibilitas ini menjadi daya tarik yang signifikan, mengingat mahasiswa cenderung memiliki variasi pendapatan dan kebutuhan yang *fluktuatif*. Dengan mempertimbangkan kemudahan dan *fleksibilitas* yang ditawarkan, mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri menemukan nilai tambah dalam shopee *paylater* sebagai metode pembayaran yang mendukung gaya hidup dan kebutuhan finansial mereka (Rachmadany, 2023).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut objek yang diteliti adalah Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri sesuai pengamatan sejak awal peneliti memiliki pertimbangan dalam memilih populasinya,

dikarenakan sebagian mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri sudah memanfaatkan dan menggunakan fitur shopee *paylater* untuk transaksi pembelian online, sebagian mahasiswa yang lain masih merasa ragu untuk menggunakan fitur pembayaran ini. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang ” **Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Transaksi Pembayaran Shopee *Paylater*** ”

B. Identifikasi Masalah

Merujuk dari latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah

1. Ketidapkahaman mahasiswa terhadap *konsekuensi* finansial dari penggunaan layanan shopee *paylater*, seperti suku bunga yang berlebihan dan biaya keterlambatan pembayaran. Kurangnya pemahaman ini berakibat pada masalah keuangan dimasa yang akan datang.
2. Ketersediaan opsi pembayaran yang dicicil dapat membuat ketertarikan pada mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif atau melebihi kemampuan uang mereka, sehingga bisa mengakibatkan penumpukan utang dan masalah finansial yang serius

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, untuk menjadikan penelitian dan pembahasannya terfokus kepada masalah saja. Maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti yaitu faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater* ditinjau dari kemudahan, manfaat dan persepsi risiko sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah melakukan transaksi pembayaran shopee *paylater* tahun 2023.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai Berikut :

1. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*?
2. Apakah manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*?
4. Apakah kemudahan, manfaat, dan persepsi risiko berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai Berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*.
2. Untuk menganalisis pengaruh manfaat terhadap keputusan pembelian

menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*.

3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*.
4. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan, manfaat, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan transaksi pembayaran shopee *paylater*.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang perilaku konsumen, terutama terkait dengan keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran digital seperti shopee *paylater*. Dengan memahami pengaruh kemudahan, manfaat, dan risiko terhadap keputusan pembelian, penelitian ini dapat melengkapi dan memperkaya literatur mengenai penerimaan dan penggunaan inovasi keuangan di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian juga dapat menjadi dasar untuk teori-teori baru atau perluasan teori yang telah ada.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga untuk perusahaan *e-commerce*, khususnya *platform* seperti shopee, dalam merancang strategi pemasaran dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan *preferensi* mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Informasi mengenai tingkat pemahaman, manfaat, dan risiko

dapat membantu pengambil keputusan bisnis untuk meningkatkan fitur dan layanan shopee *paylater*, sehingga dapat lebih efektif menarik dan mempertahankan pelanggan.

b. Bagi Mahasiswa dan Konsumen

Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri akan mendapatkan manfaat langsung dari penelitian ini karena hasilnya dapat memberikan pemahaman yang lebih baik terkait penggunaan shopee *paylater*. Informasi yang diberikan oleh penelitian ini dapat membantu mahasiswa dalam membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas dan sadar risiko. Selain itu, mahasiswa juga dapat memperoleh pengetahuan lebih mendalam tentang pengaruh metode pembayaran digital terhadap keputusan keuangan mereka.

c. Kontribusi Terhadap Pengembangan Layanan Keuangan Digital

Penelitian ini dapat memberikan masukan penting bagi penyedia layanan keuangan digital, seperti shopee *paylater*, untuk meningkatkan fitur dan proses layanan mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna, penyedia layanan dapat melakukan penyesuaian dan inovasi yang lebih baik, sehingga dapat memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan konsumen di pasar yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya. 8(3), 1006–1012.
- Adirinarso, D. (2023). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Risiko, Dan Legalitas Terhadap Minat Menggunakan Fitur Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Yogyakarta). *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116. http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/1849/1/111931079_Ringkasan_Skripsi_111931079_Fiki_Surya_Kurniawan.pdf
- Akbar, R. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Penggunaan Shopee Paylater Di Solo Raya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 279–289. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i3.645>
- Andrian, et al. (2022). Perilaku Konsumen. In *Rena Cipta Mandiri* (Vol. 3, Issue 1). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Aisah, S. (2022). *S1_Feb_21801081343_Siti Aisah*.
- Andrea, K., & Hasibuan, P. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3.
- Asja, H. J. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2, 401–423.
- Atwandira, E. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Di Wilayah Kota Surakarta. *Jurnal Wiranomika*, 2(1), 1–17.
- Banani, M. R. S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan

- Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 279–289.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. 1.*
- Dharmawan, N. (2022). *Penting! Pahami Jenis Risiko, Penyebab, dan Cara Menyelesaikannya.* <https://www.mpm-insurance.com/berita/penting-pahami-jenis-risiko-penyebab-dan-cara-menyelesaikannya/>
- Falah, M. N. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopee Di Kota Malang Saat Pandemi COVID_19.* 1–18.
- Fany Fadhila, A., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh religiusitas, pengetahuan produk dan faktor sosial terhadap penggunaan shopeepaylater. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2), 20–30.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 172–182.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing.*
- Hendriyawan, N. N., & Mayangsari, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>
- Hidayanti, N. (2023). Dwi Perwitasari Wiryaningtyas. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(3), 393–407.
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2621. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13>

- Kalbu, tyas ing. (2022). *3 kelebihan dan kekurangan paylater yang wajib anda tahu*. <https://doi.org/https://adv.kompas.id/baca/3-kelebihan-dan-kekurangan-paylater-yang-wajib-anda-tahu/>
- Lestari, Niken Ayu, and Sri Setyo Iriani. "Pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs mataharimall.com." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6.1 (2018): 1-8.
- Meta Adha Arista. (2023). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Metode Pembayaran Pay Later Di Surabaya*. https://repository.hangtuah.ac.id/index.php?p=show_detail&id=5942&keywords=
- 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>
- Nikmah, A., & Iriani, S. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2023(16), 8–21. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8224952>
- Nurdin, N., Winda Nur Azizah, & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2 (December). <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Putri, Fanny Anggraeny, and Sri Setyo Iriani. "Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee *paylater*." *Jurnal Ilmu Manajemen* 8.3 (2020): 818-828.
- Pratiwi, A. S., & Indita, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Shopee *Paylater* Terhadap Keputusan Pengguna. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 3(2), 244–254. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v3i2.140>
- Rachmadany, D. (2023). Pengaruh Brand Trust, Kemudahan Fintech, dan Risiko

- Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Paylater* Payment (Studi Kasus di Kelurahan Gading RT. 10 RW. 07 Kota Surabaya). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen (EBISMEN)*, 2(4).
- Rachmawati, Ike Kusdyah, et al. "Pengaruh kemudahan, kepercayaan pelanggan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online." (2019): 1617-1625.
- Rahayu, L.D. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee *Paylater*. Skripsi, Hlm 10
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee *Paylater* terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Indonesia. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 606–614.
- Rahmah, F. K., Hartiyah, S., & Trihudiyatmanto, M. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*. June.
- Rodiah, S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang Skripsi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5(2), 40–51.
- Romandhon, R., Cahyaningrum, I., & ... (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pada Minat Pengguna Dompet Elektronik OVO Dalam Transaksi Keuangan. *MAGNA: Journal Economic, Management and Business* 2,45-59.
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/magna/article/view/4062%0Ahttps://ojs.unsiq.ac.id/index.php/magna/article/download/4062/2090>
- 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 <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>

- 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), 168.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan *Paylater* Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna *E-commerce* di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Setiadi, Rukuh, and Fitri Wulandari. "Memadukan Strategi, Mewujudkan Ketahanan: Sebuah Pembelajaran dari Pengembangan Strategi Ketahanan Kota di Semarang." *Jurnal Pengembangan Kota* 4.2 (2017): 95-105.
- Sirait, A. A. U., Sopanah, A., & Nurhayati, I. D. (2021). ... standar akuntansi keuangan Entitas tanpa akuntabilitas publik (SAK-ETAP) pada penyajian laporan keuangan BUM Desa (Studi Kasus pada BUM Desa Kerto *Proceeding of National* 3, 157–172. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art14>
- Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater*. *Jurnal Syntax Transformation*, 4(4), 44–56. <https://doi.org/10.46799/jst.v4i4.710>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulkarnain, R., Dirwan, & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang SAM Ratulangi. *Jurnal Manajemen*, 3, 608–621.
- Suseno, P. (2014). Konsep Dasar Manajemen Risiko. In *Manajemen Risiko dan Asuransi Syariah*.
- 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.
- Vitasari, V. D., Lestari, R. B., Manajemen, P. S., Multi, U., & Palembang, D. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat*. *Vcc*, 495– 500.
- Wulan Dary, R., & Pudjiharjo, M. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan,

- Religiusitas Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Spaylater*. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(3), 252–263. <http://dx.doi.org/10.21776/ieff>.
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (*Shopee paylater*) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. *Diponegoro Journal Of Manajement*, 6, 1–7.
- 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.
- Zein, A. F. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Febi Uin Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)*. 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>