

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN
SHOPEE PAYLATER
(STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DI BANJARMASIN)**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD REZA SAPUTRA

NIM: 1810312610045

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR LEGALITAS

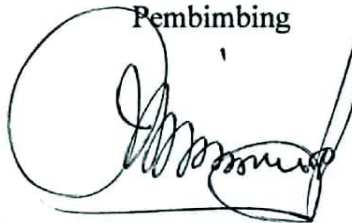
**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RISIKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE
PAYLATER (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DI
BANJARMASIN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD REZA SAPUTRA
NIM . 1810312610045

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 11 Juni 2024 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



H. Ikhwani Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Penguji I



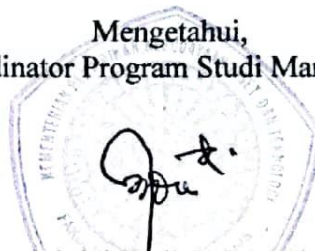
Rusniati, SE, M.Si
NIP. 19721117 199702 2 004

Penguji II



M. Yudy Rachman, SE, MM
NIP. 19821023 200501 1 001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Muhammad Reza Saputra
NIM : 1810312610045
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi pada Pengguna Shopee *Paylater* di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : - Selasa, 11 Juni 2024
- Ruang Ujian 4
Waktu Ujian : 10.30 s/d 12.30 WITA

Tim Penguji

Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA



(.....)

Penguji I : Rusniati, SE, M.Si



(.....)

Penguji II : M. Yudy Rachman, SE, MM



(.....)

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat :

Nama : Muhammad Reza Saputra
Nim : 1810312610045
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Pada Pengguna Shopee *Paylater* di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 11 Juni 2024
Waktu Ujian : 10.30 s/d 12.30 WITA

Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Mahasiswa



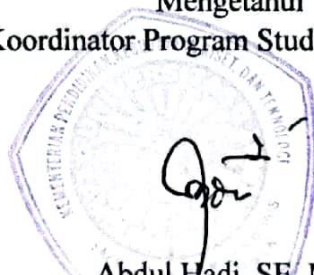
Muhammad Reza Saputra
NIM : 1810312610045

Dosen Pembimbing



H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, Ak, CA, ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 10 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Reza Saputra
NIM. 18103126100145

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah Subhanahu wa Ta'ala, Tuhan semesta alam, atas karunia-Nya selalu dilimpahkan kepada kita semua. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad Salallahu alaihi wasallam yang telah menyampaikan risalah dan syariat Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat Allah, akhirnya penulis bisa menyelesaikan Skripsi yang berjudul PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER* (STUDI PADA PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER* DI BANJARMASIN). Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya Skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

3. Bapak H. Ikhwan Faisal, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA., selaku dosen pembimbing Skripsi serta pemberi konsultasi yang baik sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Rusniati, SE, M.Si., selaku dosen penguji I yang telah memberikan saran serta motivasi untuk penulis.
5. Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM., selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran serta motivasi untuk penulis.
6. Ibu dan Ayah tercinta (Herawati dan Anwar Rizkani), terima kasih atas cinta, kasih sayang, usaha dan doanya yang selalu menyertai sehingga penulis mampu melangkah sejauh ini, Semoga Allah Subhanahu wa Ta'ala selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.
7. Kaka Saya yang telah memberikan cinta dan kasih sayang, serta yang membiayai saya selama berkuliah.
8. Teman Saya Syamsuddin Noor Azhari yang telah membantu dan menemani saya dalam proses pengerjaan skripsi.
9. Teman-teman kelas Manajemen Reguler B 2018, terima kasih atas kebersamaanya dalam belajar, baik itu di kelas maupun diluar kelas.
10. Perpustakaan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan, Perpustakaan Pusat Universitas Lambung Mangkurat, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Google Scholar, Youtube, sebagai tempat, alat /media pembantu untuk penulis menyelesaikan Skripsi, baik secara isi hingga suasana dalam penyusunan.

11. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian yang telah penulis buat.

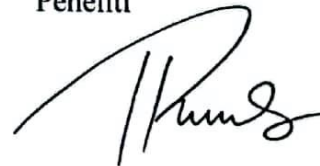
Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih belum sempurna. Namun, penulis sudah berusaha menyusun Skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat berguna serta bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca serta dapat menambah pengetahuan. Kemudian penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini.

Sehubungan dengan hal itu kiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih sebesar-besarnya, dengan iringan doa semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat ridho dari Allah Subhanahu wa Ta'ala. Aamiin.

Wassamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Banjarmasin, 10 Juni 2024

Peneliti



Muhammad Reza Saputra
NIM 1810312610045

ABSTRACT

Muhammad Reza Saputra (2024). The Effect of Trust, Convenience and Risk Perception on Purchasing Decisions Using Shopee Paylater (Study on Shopee Paylater Users in Banjarmasin). Advisor: H. Ikhwan Faisal.

This study was conducted to (1) analyze the effect of trust on purchasing decisions using Shopee Paylater; (2) to analyze the effect of convenience on purchasing decisions using Shopee Paylater; and (3) to analyze the effect of risk perception on purchasing decisions using Shopee Paylater.

The respondents to the study were 110 Shopee Paylater users in Banjarmasin who could be used in data processing. The sampling technique used in this study is non-probability sampling. The data was processed using Multiple Linear Regression Analysis through the spss 21 and 24 programs.

The results of this study showed that there was no significant influence on the Trust variable on Purchase Decisions using Shopee Paylater, even though the average respondent's answers had a good average. The results of this study show that there is a significant influence on the Convenience variable on Purchase Decisions using Shopee Paylater. The results of this study show that there is a significant influence on the Risk Perception variable on Purchase Decisions using Shopee Paylater.

Keywords : *Trust, Convenience, Risk Perception, Purchasing Decision*

ABSTRAKSI

Muhammad Reza Saputra (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi pada Pengguna Shopee *Paylater* di Banjarmasin). Pembimbing: H. Ikhwan Faisal.

Penelitian ini dilakukan untuk (1) menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap Keputusan pembelian menggunakan Shopee *Paylater*; (2) untuk menganalisis pengaruh kemudahan terhadap Keputusan pembelian menggunakan Shopee *Paylater*; dan (3) untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap Keputusan pembelian menggunakan Shopee *Paylater*.

Responden penelitian adalah 110 pengguna Shopee *Paylater* di Banjarmasin yang dapat digunakan dalam pengolahan data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Data diolah dengan menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda melalui program spss 21 dan 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee *Paylater*, meskipun rata-rata jawaban responden memiliki rata-rata yang bagus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee *Paylater*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada variabel Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Shopee *Paylater*.

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

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR ORISINILITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAKSI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Kepercayaan.....	16
2.1.2 Kemudahan	17
2.1.3 Persepsi Risiko	18
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	22
2.2.1 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian.....	22
2.2.2 Pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian	23
2.2.3 Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian.....	23
2.3 Hasil Penelitian Sebelumnya	25

BAB III.....	33
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	33
3.1 Kerangka Konseptual	33
3.2 Hipotesis Penelitian	34
BAB IV	37
METODOLOGI PENELITIAN	37
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	37
4.2 Jenis Penelitian	37
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian	38
4.4 Unit Analisis	38
4.5 Populasi dan Sampel	38
4.5.1 Populasi.....	38
4.5.2 Sampel.....	38
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
4.7 Teknik Pengumpulan Data.....	42
4.7.1 Metode Kuesioner (Angket).....	42
4.7.2 Skala Pengukuran.....	43
4.8 Teknik Analisis Data	44
4.8.1 Uji Validitas.....	44
4.8.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.8.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.8.6 Uji Hipotesis	48
4.8.7 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB V.....	51
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	51
5.1 Gambaran Umum Objek.....	51
5.1.1 Identitas Objek Penelitian	51
5.1.2 Visi dan Misi Shopee.....	52
5.1.3 Logo.....	53

5.2 Hasil Penelitian dan Analisis	53
5.2.1 Karakteristik Responden	53
5.2.2 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	58
5.2.3 Uji Instrumen Penelitian	63
5.2.4 Uji Asumsi Klasik	66
5.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
5.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	72
5.2.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	75
5.2.8 Implikasi Hasil Penelitian	78
5.2.9 Keterbatasan Penelitian	81
BAB VI.....	83
PENUTUP.....	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 4.1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.2 Tabel Skala likert	43
Tabel 5.1 Karakteristik Berdasarkan Jeni Kelamin.....	53
Tabel 5.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	54
Tabel 5.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 5.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 5.5 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	57
Tabel 5.6 Interval Skala Likert.....	58
Tabel 5.7 Deskripsi Statistik Variabel Kepercayaan.....	59
Tabel 5.8 Deskripsi Statistik Variabel Kemudahan	60
Tabel 5.9 Deskripsi Statistik Variabel Prsepsi Risiko	61
Tabel 5.10 Deskripsi Statistik Keputusan Pembelian	62
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Kepercayaan.....	64
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas Kemudahan	64
Tabel 5.13 Hasil Uji Validitas Persepsi risiko	65
Tabel 5.14 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	65
Tabel 5.15 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 5.16 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 5.17 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 5.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 5.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	71

Tabel 5.20 Hasil Uji Statistik t.....	73
Tabel 5.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Pengguna <i>Paylater</i> di Indonesia (2023)	3
Gambar 1.2 Aplikasi <i>Paylater</i> Dengan Pengguna Terbanyak (2023).....	5
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Shopee <i>Paylater</i> dari Hasil Survei Awal di Kota Banjarmasin	6
Gambar 1.4 5 <i>E-commerce</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia periode Januari-Desember 2023	7
Gambar 1.5 Hasil Survei Awal	10
Gambar 2.1 5 Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	20
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 5.1 Logo <i>Marketplace</i> Shopee	53