

# **BAB I**

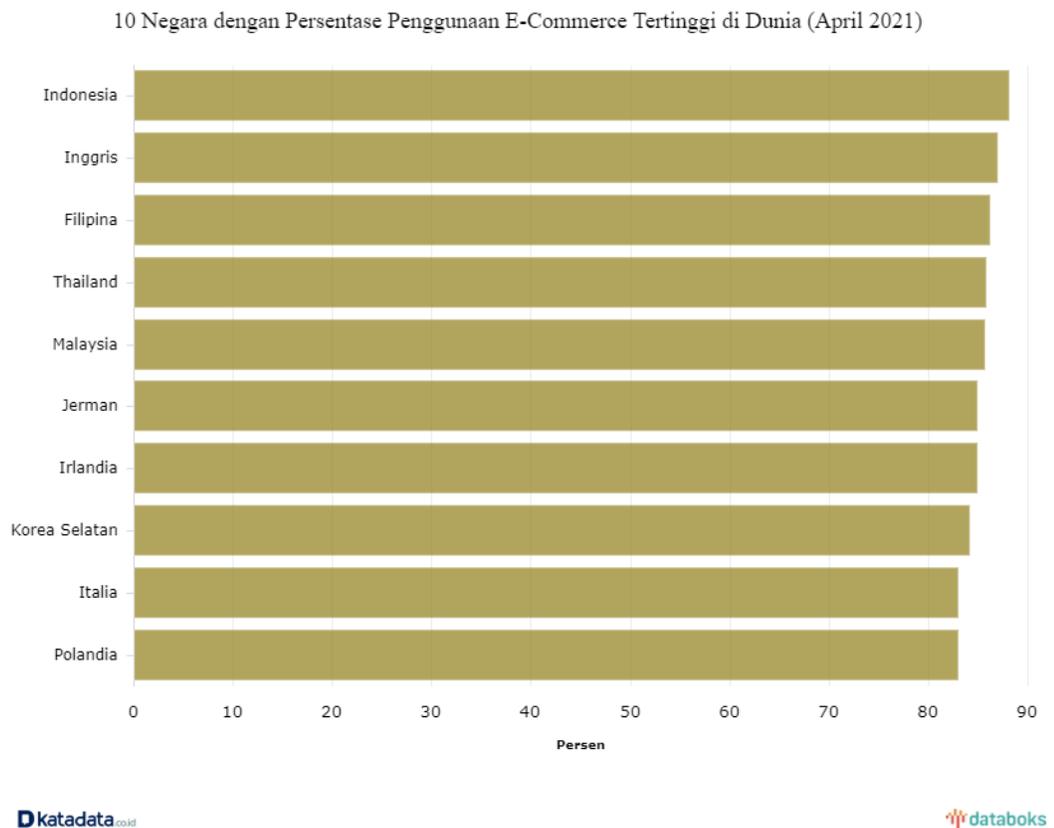
## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi di era digital kini terus mengalami kemajuan. Kemajuan teknologi telah menyediakan sumber informasi dan komunikasi yang luas untuk mengubah gaya hidup manusia yang pada awalnya dilakukan secara fisik menjadi non-fisik, dan yang tadinya tertinggal menjadi modern. Hal ini ditunjukkan dengan salah satu contoh perubahan dalam berkomunikasi dan pertukaran informasi yang dahulu dilakukan secara bertatap muka kini dapat dipermudah tanpa harus bertatap muka dan bertemu (Anatasya, 2020, hlm. 1).

Salah satu penggunaan teknologi saat ini yang cukup populer adalah perdagangan digital atau *e-commerce*. Perdagangan elektronik atau *e-commerce* ialah kegiatan bisnis dengan menggunakan media internet untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan konsumen, produsen, penyedia jasa atau layanan, dan pedagang perantara (Salsabella, 2020, hlm. 3). Hadirnya *e-commerce* kini berperan besar dalam membuat suatu perubahan pada perilaku konsumen yang pada awalnya hanya dapat dilakukan secara tatap muka dengan mendatangi langsung ke pasar, pusat perbelanjaan, ataupun berupa toko namun kini dapat dengan mudah dilakukan melalui online dimana saja dan kapan saja (Sari, 2020, hlm. 45).

**Gambar 1.1**  
**Presentase Penggunaan *E-Commerce* 10 Negara Tertinggi di Dunia**



*Sumber: Databoks 2021*

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui tingkat antusiasme masyarakat Indonesia yang menggunakan *e-commerce* kini mencapai 88,1%, presentase ini merupakan capaian tertinggi di dunia pada hasil survey We Are Social pada April 2021 (Lidwina, 2021). Hal ini dijadikan sebuah peluang oleh para produsen untuk melakukan inovasi, guna meningkatkan kualitas produk dalam memenuhi kebutuhan dan permintaan (*demand*) konsumen. Produsen dapat memasarkan produknya melalui

*marketplace online*. Mengutip pada laman Kompas.com, *Web Retailer* mempublikasikan daftar 10 *marketplace online* yang paling sering dikunjungi di Asia Tenggara, dari segi jumlah pengunjung per-bulan yakni posisi teratas diduduki oleh Shopee, kemudian secara berurutan Tokopedia, Lazada, Tiki, Bukalapak, Blibli, Sendo, Zalora, Qoo10 dan Amazon (Riyanto, 2021).

Di Indonesia sendiri, aplikasi *marketplace* yang cukup populer sebagai salah satu platform dalam bertransaksi jual beli adalah aplikasi Shopee. Melihat hasil data yang didapat dari situs analisis digital iPrice, pada kuartal II 2021, situs web Shopee meraih kunjungan sebanyak 126,99 juta per bulan. Per Agustus 2021, Shopee berhasil mencapai 26,92 juta *unique daily activers users* (DAU) atau dengan pengguna aktif perhari yang sering mengakses dari perangkat *mobile* Android di Indonesia (Lasono, 2021).

Aplikasi Shopee adalah *platform* perdagangan digital yang dibuat pada tahun 2015 di bawah naungan Sea Limited yang berpusat di Singapura, yang kini telah memperluas jangkauannya ke negara Indonesia, Taiwan, Thailand, Malaysia, Vietnam dan Filipina. Kehadiran aplikasi Shopee di Indonesia menawarkan pengalaman berbelanja baru. Aplikasi yang terkenal dengan berbagai tawaran gratis ongkir, *cashback* dan *voucher*, shopee koin, *shopee pay*, layanan COD (*cash on delivery*), hingga *shopee game* berhadiah yang menarik minat konsumen Indonesia. Shopee memudahkan penggunaanya, penjual dapat mendaftarkan produk yang akan dijual dan pembeli dapat dengan mudah menelusuri katalog toko *online* milik penjual, dengan proses pembayaran yang terintegrasi dan aman. Proses pembayaran pada

aplikasi Shopee sangat mudah, pembeli dapat memilih metode pembayaran sesuai keinginannya. Metode pembayaran pada aplikasi Shopee dapat melalui *shopee pay*, COD (*cash on delivery*), transfer via bank, kartu kredit, debit instan, alfamidi/alfamart, indomaret dan Shopee juga secara resmi menawarkan fitur terbarunya yakni *Shopee Paylater*.

*Shopee Paylater* merupakan jenis pinjaman berbunga rendah atau cicilan. *Shopee Paylater* menawarkan kemudahan untuk membangkitkan minat masyarakat untuk menggunakan fitur ini. Kemajuan teknologi digital telah membuatnya lebih nyaman dan lebih mudah. Pembelian yang dilakukan dengan metode pembayaran *Shopee Paylater* menggunakan bunga sebagai bentuk balas jasa antara peminjam dengan *platform* yang digunakan, berupa tambahan dana pada saat pembelian. Namun, ini tidak sesuai dengan hukum Islam tentang riba. Riba adalah hasil dari penambahan dalam kegiatan hutang piutang suatu barang yang tidak memiliki tenggat waktunya, riba berkaitan dengan bunga.. Pada *platform* Shopee, tingkat bunga minimum bulanan adalah sebesar 2,95 persen. Selain itu, terdapat biaya penanganan 1 persen dari total harga pembelian dan ditambah 5 persen apabila terjadi keterlembatan dalam pembayaran (Muas, 2021, hlm. 3).

Praktik *Shopee Paylater* berdasarkan akad *qard* dalam syariat Islam dan Fatwa DSN-MUI No:116/DSN-MUI/IX/2017 menyatakan bahwasanya pinjaman *Shopee Paylater* tidak diperbolehkan karena terdapat faktor yang merugikan pengguna. Pembayaran *Shopee Paylater* terdapat unsur bunga, jika peminjam harus mengembalikan pinjamannya wajib menambah biaya selain dari pinjaman pokoknya,

hal ini termasuk sebagai riba. Riba yang disebut adalah riba qard, dan riba tidak diperbolehkan dalam syariat Islam. Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ  
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ  
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



*“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan karena gula. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Barangsiapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka; mereka kekal didalamnya.”*

Berdasarkan penjelasan Al-Qur'an di atas dijelaskan bahwasanya saat ini di era teknologi dengan wujud banyaknya *marketplace* dan berbagai fitur baik promosi sampai pinjaman *online* yang belum jelas halal atau haramnya. Namun, lebih baik sebagai seorang muslim harus menghindari perkara yang samar apalagi perkara yang jelas haram demi membersihkan kehormatan dan agamanya. Oleh karena itu, sebagai seorang Muslim pentingnya memperhatikan pilihan agar tidak membawa kepada dosa seperti hutang piutang dan riba yang sedang populer di masyarakat saat ini.

Keputusan dalam menggunakan Shopee *Paylater* sangat penting, menurut Philip Kotler, disebutkan didalam bukunya yakni keputusan pembelian dipengaruhi oleh 4 faktor yakni: faktor budaya (kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis), faktor sosial (kelompok, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (usia dan siklus hidup keluarga, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian), dan faktor psikologi (Kotler dkk., 1996, hlm. 223). Dalam referensi lain juga disebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor psikologis (persepsi, motivasi, pembelajaran, dan kepercayaan), faktor pribadi (usia dan siklus hidup, pekerjaan, gaya hidup), faktor sosial (kelompok referensi terhadap konsumen, keluarga, peran dan status), faktor kebudayaan (sub-budaya dan kelas sosial) (Sahir dkk., 2016, hlm. 3).

Pendapatan adalah salah satu faktor yang memotivasi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*. Menurut berita yang telah ditulis Rahardyan (2021) di portal berita finansial.bisnis.com penelitian RISED telah menghasilkan penelitian bahwasanya pengguna *paylater* sudah bijak saat menggunakan *paylater* yaitu dengan alasan untuk membeli kebutuhan yang mendadak saat keuangan pengguna sedang terbatas. Secara spesifik, 82,97 persen responden mengatakan menggunakan *paylater* hanya untuk membeli barang mendesak, disusul barang belanja di luar pengeluaran bulanan (43,32 persen), dan untuk belanja dengan cicilan pendek (39,94 persen). Selebihnya, untuk mendapatkan promo menarik (38,25 persen), dan mengatasi serta mengelola pengeluaran bulanan pengguna (25,33 persen) (Rahardyan, 2021). Oleh karena itu,

tingkat pendapatan akan mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian, semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi dan keinginan seseorang. Hal ini akan mempengaruhi keputusan pembelian seseorang untuk menggunakan fitur *Shopee Paylater*, karena seseorang akan mempertimbangkan dalam hal tanggung jawab menyelesaikan proses pembayaran atau cicilan sampai lunas (Asja dkk., 2021, hlm. 313).

Faktor kedua adalah gaya hidup. Gaya hidup yakni faktor dari kebutuhan sekunder dan minat untuk membeli yang akan terus beralih tergantung adanya perubahan tren terbaru atau adanya kebutuhan dalam memenuhi gaya hidup seseorang (Gesiradja, 2021, hlm. 6). Berada di usia remaja biasanya memiliki gaya hidup yang modern dan hedonis yakni dengan memiliki rasa penasaran yang tinggi dan berorientasi pada tren yang selalu *up to date* (Rahmawati, 2022, hlm. 5). Seseorang cenderung mengikuti gaya hidup yang sedang tren saat ini, biasanya tren tersebut muncul dari orang-orang yang mereka anggap populer seperti publik figur yang mereka idolakan. Mulai dari contoh cara berpakaian, cara make up, bahkan gadget yang sedang populer digunakan. Perubahan tersebut salah satunya mendorong seseorang dalam melakukan pembelian untuk berbelanja memenuhi kebutuhan gaya hidup (Iszati, 2021, hlm. 4). Jika seseorang memiliki kecenderungan untuk mengikuti perkembangan tren terbaru, hal ini akan mendorong seseorang berusaha untuk memenuhi keinginan tersebut untuk melakukan pembelian dengan iming-iming fitur *Shopee Paylater*.

Selain itu, dalam konteks hukum syariat Islam dalam Fatwa DSN-MUI No:116/DSN-MUI/IX/2017 yang menunjukkan bahwa Shopee *Paylater* memiliki unsur riba, tingkat religiusitas seseorang akan mempengaruhi keputusannya untuk melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*. Religiusitas adalah bagaimana seseorang meyakini suatu agama, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin tinggi pula tingkat pemahaman tentang ajaran agama termasuk dalam mengambil keputusan (Muas, 2021, hlm. 4). Pertimbangan antara yang halal dan yang haram, apakah mengandung riba atau tidak, menjadi faktor penentu dalam mengambil keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* (Adika, 2021, hlm. 4)

Berdasarkan riset dari Jajak Pendapat Special Report edisi semester I-2021 yang bertajuk Indonesia *e-commerce* Trens 2021, menemukan bahwa dalam enam bulan terakhir, pengguna Shopee terdiri atas 54% perempuan dan 46% laki-laki. Dilihat dari segi usia, pangsa terbesar pengguna Shopee adalah mereka yang berusia 20-24 tahun sebesar 24%. Oleh karena itu, pengguna Shopee didominasi oleh kaum remaja (Dianka, 2021). Sedangkan data dari nominal dan volume transaksi *e-commerce* di Kalsel pada Desember 2021 mengalami peningkatan sebesar 7,21% dan 11,39% dibandingkan bulan sebelumnya (Fahriza, 2022).

Hal ini menimbulkan pertanyaan bagaimana perilaku konsumen memutuskan pembelian dipengaruhi faktor pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas dalam melakukan keputusan pembelian dengan metode pembayaran Shopee *Paylater* di wilayah Kota Banjarmasin dengan kriteria pengguna yang berusia 20-24 tahun.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas penulis tertarik untuk menulis penelitian yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee *Paylater*” (Studi Kasus Remaja Kota Banjarmasin).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*?
2. Apakah pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

2. Menganalisis pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas secara parsial terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Secara ringkas, manfaat atau kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, penulis mengharapkan penelitian ini mempunyai kontribusi dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.
2. Secara akademis, hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi sumber informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang memerlukan. Sehingga dapat dikembangkan lebih lanjut tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.
3. Secara praktis, penelitian ini dimaksudkan sebagai sarana komunikasi bagi para peneliti untuk meningkatkan pengetahuan penelitian di lapangan dan menjadi sarana untuk mengembangkan teori-teori yang telah mereka pelajari di bangku kuliah. Hasil penelitian ini dimaksudkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kemungkinan kesalahpahaman atau kekeliruan dalam memahami penelitian ini. Oleh karena itu peneliti membuat definisi operasional sebagai berikut:

### **1. Pendapatan**

Pendapatan merupakan komponen penting dalam perekonomian yang berperan dalam meningkatkan taraf hidup seseorang. Besarnya pendapatan seseorang berdasarkan jenis pekerjaannya (Harahap, 2021, hlm. 18). Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan yang diperoleh oleh remaja kota Banjarmasin yang memotivasi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.

### **2. Gaya Hidup**

Gaya hidup adalah cara hidup seseorang, yang diekspresikan dalam kegiatan, minat dan pendapat tentang bagaimana seseorang menghabiskan uang dan mengalokasikan waktu yang dimiliki. Gaya hidup dapat mendorong kebutuhan dan sikap individu dengan mengikuti tren perkembangan terkini dan mempengaruhi aktivitas serta penggunaan produk. (Sahir dkk., 2016, hlm. 3). Kaum remaja adalah kaum yang lebih tanggap terhadap perkembangan zaman. Gaya hidup yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pola hidup remaja Kota Banjarmasin dalam menyikapi setiap perkembangan zaman pada suatu produk dan mengambil keputusan pembelian.

### 3. Religiusitas

Religiusitas adalah bagaimana seseorang memiliki keyakinan dalam beragama, semakin baik tingkat religiusitas seseorang maka semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang tentang ajaran agama termasuk dalam mengambil keputusan. Religiusitas juga merupakan kriteria mendasar bagi umat beragama untuk mempertimbangkan mana yang terbaik dalam hidupnya (Muas, 2021, hlm. 45). Religiusitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat religiusitas remaja Kota Banjarmasin yang beragama Islam menjadikan faktor dalam mengambil keputusan pembelian.

### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah yang terdiri dari menganalisis kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, membuat keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Sahir dkk., 2016, hlm. 2). Keputusan pembelian yang dimaksud dalam penelitian adalah keputusan yang diambil oleh remaja Kota Banjarmasin secara sadar dan sengaja untuk melakukan pembelian dengan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

### 5. *Shopee Paylater*

*Shopee Paylater* merupakan metode pembayaran yang menawarkan kredit instan. Dalam kata lain, Shopee akan meminjamkan sejumlah uang yang digunakan untuk membeli barang yang dibutuhkan. *Shopee Paylater* merupakan metode pembayaran dengan pinjaman dan bunga yang sangat minim, yang

memungkinkan penggunanya melakukan pembayaran dengan cicilan sebanyak 3 kali, 6 kali, maupun 12 kali. Pembayaran akan dilakukan setelah tanggal jatuh tempo yang dipilih, pada tanggal 5 atau 25 setiap bulannya. Shopee *Paylater* yang disebutkan dalam penelitian ini adalah fitur yang ada di akun Shopee.

## F. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Fanny Anggraeni Putri (2020)	Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman <i>Online</i> Shopee <i>Paylater</i>	Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman <i>online</i> . Terdapat pengaruh positif antara variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman <i>online</i> .	Persamaan penelitian Fanny Anggraeni Putri dengan penulis adalah menggunakan variabel keputusan pembelian sebagai variabel Y pada metode pembayaran Shopee <i>Paylater</i> . Metode yang digunakan dalam penelitian juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif.	Perbedaan penelitian Fanny Anggraeni Putri dengan penulis adalah pada variabel X, Fanny Anggraeni Putri menggunakan variabel kepercayaan dan kemudahan. Sedangkan penulis menggunakan variabel pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas.
2.	Hasanah Jaya Asja (2021)	Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i>	Hasil penelitian ini adalah bahwa persepsi manfaat dan pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan <i>paylater</i> . Sedangkan	Persamaan penelitian Hasanah Jaya Asja dengan penulis adalah sama-sama menggunakan salah satu variabel pendapatan sebagai variabel X. Fitur yang digunakan juga sama yakni metode pembayaran “bayar nanti” atau <i>paylater</i> .	Perbedaan penelitian Hasanah Jaya Asja dengan penulis adalah untuk variabel Y yang digunakan Hasanah Jaya Asja adalah minat menggunakan ( <i>Behavioral Intention</i> ) sedangkan penulis menggunakan keputusan pembelian.

			persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan <i>paylater</i> .		
3.	Inggardini Asarila Canestren (2021)	Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee <i>Paylater</i>	Hasil penelitian ini adalah secara simultan dan parsial memiliki pengaruh yang signifikan dan termasuk dalam kategori baik terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee <i>Paylater</i>	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel keputusan pembelian sebagai variabel Y dan menggunakan metode penelitian deskriptif. Fitur yang digunakan juga sama yakni metode pembayaran Shopee <i>Paylater</i> .	Perbedaan penelitian ini adalah terletak pada perbedaan variabel X yang digunakan.
4.	Muhammad Rizki (2021)	Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Religiusitas dan Kualitas Produk terhadap Keputusan	Hasil penelitian ini secara simultan terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.	Terdapat kesamaan variabel yang digunakan yakni variabel independen (gaya hidup dan religiusitas) dan variabel	Perbedaan terletak pada variabel dependen pada penelitian Muhammad Rizki adalah keputusan pembelian secara <i>online</i> ,

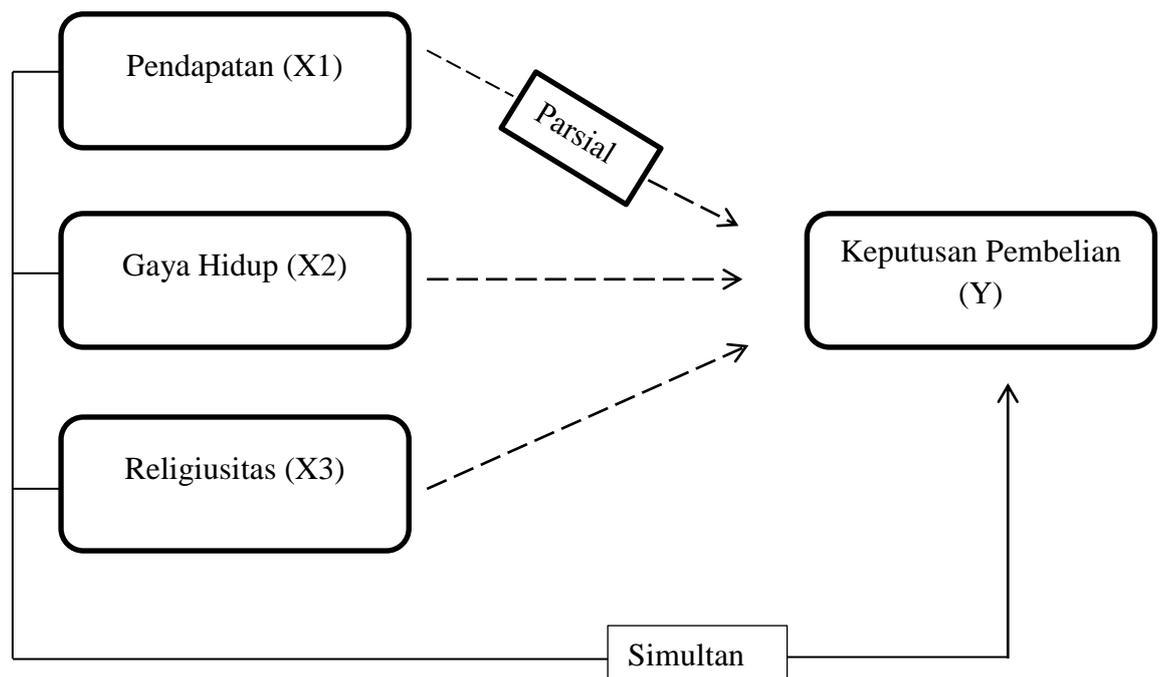
		Pembelian Secara <i>Online</i>	Sedangkan secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, untuk variabel religiusitas dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.	dependen (keputusan pembelian). Penelitian ini juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif	sedangkan penulis keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee <i>Paylater</i> .
5.	Gina Rahmawati (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee <i>Paylater</i> pada Generasi Millennial	Hasil Penelitian ini secara simultan berpengaruh signifikan antara variabel independen (literasi keuangan dan gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Sedangkan secara parsial juga masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.	Persamaan dalam penelitian ini adalah terdapat variabel gaya hidup dan sama-sama meneliti pengguna Shopee <i>Paylater</i> .	Perbedaan dalam penelitian ini adalah variabel dependen yang digunakan dalam penelitian Gina Rahmawati adalah perilaku konsumtif sedangkan penulis keputusan pembelian.
6.	Fany Fadhila, Azhar, Muslim Marpaung (2020)	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Faktor Sosial terhadap Penggunaan Shopee <i>Paylater</i>	Hasil penelitian ini secara simultan variabel independen (religiusitas, pengetahuan produk dan faktor sosial)	Persamaan dalam penelitian ini menggunakan variabel independen yang sama yakni variabel gaya hidup	Perbedaan dalam penelitian ini adalah terletak pada variabel yang digunakan dan lokasi yang dipilih

			berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pengguna). Sedangkan secara parsial variabel religiusitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel dependen, variabel pengetahuan produk dan faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.	dan pengguna Shopee <i>Paylater</i>	sebagai tempat penelitian.
--	--	--	--	-------------------------------------	----------------------------

## G. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dimaksudkan agar peneliti dapat dengan mudah menjelaskan atau mendeskripsikan variabel X dan variabel Y.

**Gambar 1.2**



## H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diduga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

$H_0$  : Pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

$H_1$  : Pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

2. Pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas secara parsial terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

$H_0$  : Pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

$H_1$  : Pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap keputusan remaja Kota Banjarmasin dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dari susunan penelitian ini, maka harus dikemukakan bab per bab sehingga gambaran penelitian ini tampak sistematis. Adapun penulisan sistematik ini disusun dalam lima bab sebagai berikut:

BAB I merupakan pendahuluan. Pada bab ini akan dijelaskan secara singkat mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai teori yang relevan terkait dengan pendapatan, gaya hidup, dan religiusitas, serta fitur Shopee *Paylater*.

BAB III merupakan metode penelitian. Pada bab ini, disajikan informasi secara deskriptif tentang bagaimana penelitian dilaksanakan, jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengambilan data, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang telah dilaksanakan berupa hasil penelitian yang berisi analisis terhadap beberapa permasalahan beserta jawaban atas rumusan masalah.

BAB V merupakan penutup. Pada bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitiannya.