

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara berkembang dimana masyarakatnya sangat terbuka dengan teknologi baru dan produk-produknya didunia. Hal ini ditambah lagi jumlah pemakai internet di Indonesia dari tahun ke tahun meningkat sangat pesat. Dengan kemajuan teknologi berjalan dengan cepat, salah satunya adalah internet. Internet pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat pada tahun 1969, hingga saat ini internet telah menjadi salah satu kebutuhan individu maupun organisasi.

Berkembangnya internet menimbulkan hal-hal baru terjadi dimasyarakat yaitu dengan pembelian atau belanja barang secara online. Belanja online dapat mempermudah pembeli untuk mendapatkan produk yang diperlukan, pembeli tidak perlu pergi ketoko dalam waktu yang lama dan dapat menjadi keputusan efektif bagi pembeli karena belanja online lebih membantu dari pada belanja offline yang terkait dengan adanya kemacetan, tempat parkir terbatas, tempat ramai, dan waktu terbatas.

Berikut ini adalah diagram pengguna internet tahun 2018 – 2022 berdasarkan survei APJII:

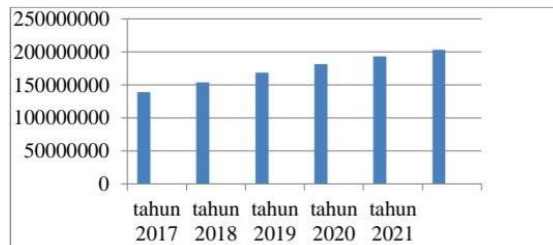


**Gambar I**  
**Presentase Pengguna Internet di Indonesia 2018 – 2022**  
*Sumber: Survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).*

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa pengguna internet mengalami kenaikan setiap tahunnya. Melalui survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) dan Lembaga Polling Indonesia, Lebih dari setengah masyarakat Indonesia telah terhubung ke internet. Pada tahun 2018 jumlah pengguna internet sebanyak 171,17 juta pengguna, pada tahun 2019 jumlah pengguna internet sebanyak 196,7 juta pengguna, dan pada tahun 2020- 2022 jumlah pengguna internet sebanyak 210,0 juta pengguna. Yang bersumber dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia).

Ini merupakan tantangan sekaligus kesempatan yang besar untuk perusahaan E-commerce dapat berkembang dengan baik pula diindonesia. E-Commerce merupakan proses membeli, menjual, atau memperdagangkan data, barang, atau jasa melalui internet .Terdapat banyak jenis e-commerce yang berkembang di Indonesia. Jenis e-commerce yang sangat berkembang

Marketplace yang ada di Indonesia sangat beragam, seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Blibli, Zalora, JD ID, dan lain sebagainya.



**Gambar II**

**Diagram pengguna E-commerce di Indonesia Tahun 2017-2021**

*Sumber : Statistik,2019*

Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa pengguna E-commerce di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 139 juta pengguna, pada tahun 2018 sebanyak 154,1 juta pengguna, pada tahun 2019 sebanyak 168,3 juta pengguna, pada tahun 2020 sebanyak 181,5 juta pengguna dan pada tahun 2021 sebanyak 193,2 juta pengguna. Berbelanja onlen sangat hemat biaya, terutama dengan jarak barang yang perlu dibeli dekat dimana pembeli tidak perlu merogoh kocek lebih dalam untuk menemukan barang – barang ini diluar kota, barang bisa di antar langsung ke rumah, pembayaran dilakukan dengan berbagai cara seperti bayar ditempat atau COD, bayar di Alfamart dan Indomaret, Transfer via Bank, hingga Paylater (bayar nanti), harga lebih murah dibandingkan yang dijual dipasar atau swalayan hingga mall.

Menurut laporan terbaru kuartal II-2020 PETA E-commerce iPrice, posisi pertama diambil alih oleh shopee, dimana pengunjung website shopee mencapai 93,44 juta perbulan. Sementara Tokopedia hanya 86,103 juta perbulan. Shopee bisa menempati posisi pertama dipengaruhi beberapa hal,

seperti TV, iklan yang muncul di Website/Social Media dan Youtube. Shopee merupakan perusahaan E-commerce yang menjadi wadah belanja online dengan memfokuskan pada platform mobile, sehingga memudahkan pelanggan untuk mencari barang yang dibutuhkan. Metode pembayaran yang disediakan oleh shopee sangat beragam seperti shopeepay, shopee paylater, Transfer Bank, COD dan lain sebagainya. Namun ada yang menarik dari metode pembayaran shopee yaitu adanya fitur Paylater (Putri dan Iriani 2020).

Shopee Paylater adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No. 77/2016. Jasa ini diberikan oleh shopee yang digunakan sebagai strategi pembayaran saat berbelanja di E-commerce pada aplikasi shopee. Kehadiran shopee paylater yang mendasari dirasakan oleh penjual di shopee saja, namun saat ini juga dapat dirasakan oleh pengguna shopee tergantung pada perjanjian yang tidak umum. Shopee paylater memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan dengan taglin “bayar nanti” (Otoritas Jasa Keuangan 2016).

Shopee menerbitkan fitur shopee paylater pada tahun 2019 yang merupakan solusi pinjaman instan hingga Rp750.000,00 dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembayaran dalam waktu 1,2 hingga 3 bulan tanpa memerlukan kartu kredit yang dikenakan bunga sebesar 2,95%. Kemudahan yang diberikan shopee paylater membuat masyarakat tertarik menggunakannya pada tahun 2019, pengguna shopee paylater

mencapai 102.971 orang dengan peminjam aktif sebesar 81.423 orang yang berada diberbagai kota Indonesia.

Shopee paylater memiliki beberapa risiko terhadap pengguna, seperti perilaku konsumtif yang berlebihan, biaya yang tidak disadari, terganggunya pengelolaan keuangan, risiko pada BI checking yang timbul akibat penunggakan serta peretasan identitas (Iskandar 2019). Kepercayaan dari konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian online karena dapat membantu konsumen mengatasi persepsi ketidakpastian dan risiko dalam melakukan pembelian. Risiko lainnya adalah terdapat biaya-biaya yang dibebankan kepada konsumen. Biaya tersebut adalah tingkat bunga sebesar 2,95% untuk semua jangka waktu pinjaman yang diberlakukan sejak April lalu, biaya denda sebesar 5% per bulan serta biaya penanganan atau biaya administrasi sebesar 1 % per satu transaksi.

Semakin mudahnya akses transaksi elektronik dalam e-commerce juga harus seiring dengan semakin ketatnya faktor keamanan data konsumen guna untuk mencegah tindakan penyalahgunaan data atau pembobolan akun oleh pihak ketiga. Namun, berdasarkan fakta yang terjadi kehadiran fitur pembayaran Spaylater telah membuka suatu peluang yang baru bagi pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan pembobolan akun. Salah satunya yang terjadi pada konsumen nurul pengguna Spaylater melalui aplikasi shoppe. Pada tanggal 1 juni 2021, nurul tiba-tiba menemukan ada transaksi pembelian hp Samsung seken sebesar Rp2.000.000. dan dibuat cicilan selama 6x. karena merasa tidak pernah melakukan pembelian tersebut, nurul akhirnya

menghubungi customer service shopee untuk melakukan pembatalan, katanya tidak bisa. Mereka malah meminta saya untuk menunggu saja agar transaksi tersebut selesai, lalu Ketika barang sudah sampai klik saja tidak terima barang, setelah transaksi sampai ke penipu, nurul klik tidak menerima barang sesuai anjuran dari CS Shopee. tapi tidak mendapatkan solusi apapun. Apalagi CS Shopee yang tidak peduli dan membiarkan transaksi tersebut berhasil dengan gampang. Saat itu nurul sedang diteror habis-habisan diminta untuk membayar tagihan tersebut.

Kegiatan jual beli merupakan sebuah aktivitas yang akan terus dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dalam agama islam jual beli di perbolehkan Ketika memenuhi aturan yang telah ditetapkan dalam prinsip agama islam seperti yang di jelaskan dalam QS. An-Nisa / 4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah Maha penyayang kepadamu”*. ( Kementerian Agama RI, 2022, hlm. 83)

Biaya – biaya yang dibebankan kepada konsumen ternyata menjadi pertimbangan bagi mereka terutama konsumen muslim dimana harus memperhatikan transaksi dari berbagai sisi. Menurut Dr. Oni Sahroni boleh menggunakan paylater dengan penjelasan bahwa perusahaan paylater dalam hal ini bukan sebagai kreditor tetapi penjual atas barang dan jasa yang ditawarkan sehingga keuntungan perusahaan adalah fee atau margin jual beli

dan bukan bunga atas pinjaman (qardh). Ulama tersebut juga menghubungkan dengan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 54/2006 tentang Syariah card dan keputusan Lembaga fikih Organisasi Konferensi Islam (OKI) No.51 (2/6) 1990 yang membolehkan harga jual tidak tunai lebih tinggi dari harga tunai (Fadhila, Azhar, dan Marpaung 2020).

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan dan permasalahan yang ada penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Keputusan Masyarakat Banjarmasin Selatan Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater di Marketplace Shopee”.

## **B. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah kepercayaan, kemudahan dan risiko berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater ?
2. Apakah kepercayaan, kemudahan dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater ?

### **C. Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko secara parsial terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko secara simultan terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

### **D. Signifikansi 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 kepercayaan, kemudahan, dan risiko terhadap keputusan menggunakan metode pembayaran shopee paylater di marketplace shopee.
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 kepercayaan, kemudahan, dan risiko terhadap keputusan menggunakan metode pembayaran shopee paylater di marketplace shopee.
3. Secara praktis, penelitian ini dimaksudkan sebagai sarana komunikasi bagi para peneliti untuk meningkatkan pengetahuan penelitian



dilapangan dan menjadi sarana untuk mengembangkan teori-teori yang telah mereka pelajari dibangku kuliah. Hasil penelitian ini dimaksudkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan risiko terhadap keputusan menggunakan metode pembayaran shopee paylater di marketplace shopee.

#### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan yang mungkin terjadi dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka penelitian memberikan penjelasan sebagai berikut.

1. Kepercayaan menurut Maharani (2010) Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Dalam penelitian ini kepercayaan dari konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembayaran menggunakan Shopee Paylater.
2. Kemudahan menurut Jogiyanto (2015) adalah sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya. Dalam penelitian yang dilakukan ini, dimensi ini mengacu kepada sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi Shopee Paylater mudah dalam penggunaan serta sederhana.

3. Risiko menurut Philip Best (2004) bahwa risiko adalah kerugian secara finansial, baik secara langsung maupun tidak langsung. Persepsi risiko merupakan kepercayaan akan ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan oleh pengguna dalam bertransaksi menggunakan layanan. persepsi risiko yaitu berupa adanya risiko tertentu, mengalami kerugian, dan pemikiran bahwa berisiko. Dalam penelitian ini Risiko berpengaruh negatif pada minat menggunakan Shopee Paylater.

#### 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, Ramadhani, dan Tarigan 2016). Keputusan pembelian yang dimaksud dalam penelitian adalah keputusan yang diambil masyarakat Banjarmasin Selatan secara sadar dan sengaja untuk melakukan pembelian dengan metode pembayaran Shopee Paylater.

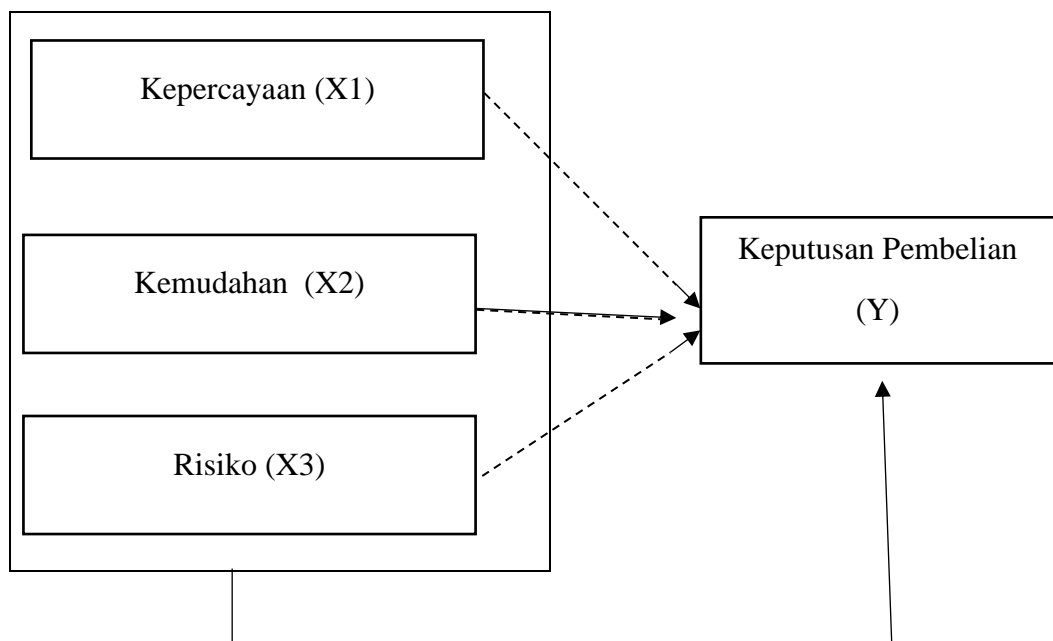
#### 5. Shopee Paylater

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 penggunaanya 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. Shope paylater yang disebutkan dalam penelitian ini adalah fitur yang ada di akun shopee.

#### F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater, sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar III**

#### **Kerangka Pemikiran**

Keterangan :

-----> : Pengaruh Parsial

—————> : Pengaruh Simultan

## G. Hipotesis Penelitian

Menurut Good dan Scates (1954) hipotesis adalah ketika mengambil keputusan, orang sering mengandalkan asumsi atau referensi yang telah dikernbangkan dan diterima selama beberapa waktu untuk menjelaskan fakta yang telah dilihat. Menurut Kerlinger (1973) hipotesis adalah dugaan dari hubungan antara dua atau lebih variabel (Sunyoto 2015).

Hipotesis yang diduga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan risiko secara parsial terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

$H_0$  : Kepercayaan, kemudahan, dan risiko tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

$H_1$  : Kepercayaan, kemudahan, dan risiko berpengaruh secara parsial terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

2. Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan risiko secara simultan terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

$H_0$  : Kepercayaan, kemudahan, dan risiko tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan dalam

melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

H<sub>1</sub> : Kepercayaan, kemudahan, dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan masyarakat Banjarmasin Selatan dalam melakukan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater.

#### H. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesalah pahaman dan memperjelas permasalahan yang peneliti angkat, maka diperlukan kajian Pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada.

1. Penelitian ini dilakukan oleh Fanny Anggraeny Putri & Sri Setyo Iriani, jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya 2020, dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater”.

Hasil Penelitian ini adalah Terdapat pengaruh positif variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Terdapat pengaruh positif antara variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Variabel kemudahan lebih dominan dibandingkan variabel kepercayaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.

Persamaan penelitian Fanny Putri & Sri Setyo Iriani dengan penulis adalah menggunakan variabel Kepercayaan dan Kemudahan sebagai variabel X, dan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Y pada metode pembayaran Shopee Paylater. Metode yang digunakan dalam

penelitian juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian Fanny Anggreni Putri & Sri Setyo Iriani dengan penulis adalah pada variabel X, Fanny Anggreni Putri & Sri Setyo Iriani hanya menggunakan variabel Kepercayaan dan kemudahan, sedangkan penulis menggunakan variabel Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko.

2. Penelitian ini dilakukan oleh Erina Dwiyantri, jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kudus 2022, dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus)”.

Hasil Penelitian ini adalah Kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Pendapatan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kepercayaan konsumen, kemudahan dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Persamaan penelitian Erina Dwiyantri dengan penulis adalah menggunakan variabel Kepercayaan dan Kemudahan sebagai variabel X, dan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Y pada metode pembayaran Shopee Paylater. Metode yang digunakan dalam penelitian juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian Erina Dwiyantri dengan penulis adalah pada variabel X, Erina Dwiyantri

menggunakan variabel Pendapatan, sedangkan penulis menggunakan variabel Risiko.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Rita Dewi Anggraeni Purnamasari, Hadi Sasana & Ivo Novitaningtyas, jurusan Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang 2021, dengan judul “Pengaruh Perceived ease of use (persepsi kemudahan), Perceived usefulness (persepsi manfaat), Perceived risk (persepsi risiko), dan brand image (citra merek) terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater”.

Hasil penelitian menunjukkan keputusan penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel perceived usefulness (persepsi manfaat) dengan nilai ( $0.000 < 0.05$ ) dan brand image (citra merek) dengan nilai ( $4.0 < 0.05$ ). Variabel perceived ease of use (persepsi kemudahan) terbukti berpengaruh dengan arah pengaruh yang independen dengan nilai ( $0.041 < 0.05$ ) sedangkan perceived risk (persepsi risiko) tidak terbukti berpengaruh secara signifikan dengan nilai ( $0.053 > 0.05$ ). Keputusan penggunaan pada metode pembayaran Shopee PayLater dapat dijelaskan sebesar 42,1 persen oleh variabel independen dalam penelitian ini yaitu variabel perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk dan brand image. Sedangkan 57,9 persen variabel keputusan penggunaan dijelaskan oleh variabel-variabel diluar variabel independen dalam penelitian ini.

Persamaan penelitian Rita dkk dengan penulis adalah menggunakan variabel kemudahan dan Risiko sebagai variabel X dan variabel Keputusan

Pembelian sebagai variabel Y pada metode pembayaran Shopee Paylater. Metode yang digunakan dalam penelitian juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian Rita dkk dengan penulis adalah pada variabel X, menggunakan variabel Citra merek sedangkan penulis menggunakan variabel Kepercayaan.

4. Penelitian ini dilakukan oleh Adela Rossa & Fathir Ashfath, jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta 2022, dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan pada fitur Spaylater dapat menimbulkan perilaku impulse buying bagi pengguna Spaylater di jadetabek. Sedangkan, persepsi risiko tidak berdampak pada perilaku impulse buying pengguna Spaylater di jadetabek. Selain itu, kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko dan keamanan secara bersamaan dapat menimbulkan perilaku impulse buying pengguna Spaylater di Jadetabek.

Persamaan penelitian Adela & Fathir dengan penulis adalah menggunakan variabel kemudahan, kepercayaan dan Risiko sebagai variabel X. Metode yang digunakan dalam penelitian juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian Adela & Fathir dengan penulis adalah pada variabel Y menggunakan variabel perilaku



Impulse Buying. Sedangkan penulis menggunakan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Y pada metode pembayaran Shopee Paylater.

5. Penelitian ini dilakukan oleh Putu Wina Febriyanthi, jurusan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha 2022, dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha)”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh sebesar 2,188 dengan nilai sig. 0,029; persepsi kemudahan memiliki pengaruh sebesar 3,273 dengan nilai sig. 0,001; persepsi kepercayaan berpengaruh sebesar 3,318 dengan sig. 0,001; dan variabel persepsi kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 2,762 dengan nilai sig. 0,007 terhadap minat penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater.

Persamaan Penelitian Putu dengan Penulis adalah menggunakan variabel kemudahan, Kepercayaan dan Risiko sebagai variabel X. dan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel Y pada metode pembayaran Shopee Paylater Metode yang digunakan dalam penelitian juga sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian Putu dengan Penulis adalah pada variabel X menggunakan variabel manfaat. sedangkan penulis tidak memuat variabel manfaat.

## I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

Bab 1 adalah pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Pada bab ini disajikan informasi mengenai teori yang relevan terkait dengan kepercayaan, kemudahan, dan risiko, keputusan pembelian serta fitur Shopee Paylater

Bab III merupakan metode penelitian. Pada bab ini, disajikan informasi secara 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.