

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Kota Banjarmasin

a. Profil Kota Banjarmasin

Daerah dengan nama resmi Kota Banjarmasin ini dikenal dengan julukan Kota Seribu Sungai. Sekilas sejarah Kota Banjarmasin yang dulu dikenal dengan Kota Tatas berawal dari sebutan wilayah Kuin yang dipimpin oleh Patih Masih yang berasal dari desa Oloh Masih.

Desa Oloh Masih ini yang kemudian berkembang menjadi kampung Banjarmasin yang kemudian dipimpin oleh Pangeran Samudera yang merupakan Putera Kerajaan Daha untuk menjadi raja di wilayah ini.

Sejak itu berdirilah kerajaan Banjar yang kemudian menaklukkan Muaran Baan dan menjadikan sungai sebagai jalur perdagangan. Kerajaan Banjar yang diserang Kerajaan Demak akhirnya bersekutu setelah menerima ajaran Islam. Keduanya lalu menyerbu Daha dan menguasainya. Peristiwa saat Pangeran Samudera memeluk Islam dan bergelar Sultan Suriansyah pada tanggal 24 September 1526/6 Dzulhijjah 932 H dijadikan Hari Jadi Kota Banjarmasin.

b. Geografi Kota Banjarmasin

Dilansir dari Kota Banjarmasin dalam Angka Tahun 2022 yang dikeluarkan BPS, letak Kota Banjarmasin secara astronomis berada di antara $3^{\circ}16'46''$ sampai dengan $3^{\circ}22'54''$ Lintang Selatan dan $114^{\circ}31'40''$ sampai dengan $114^{\circ}39'55''$ Bujur Timur. Terkait dengan lokasinya, Kota Banjarmasin masuk ke dalam zona Waktu Indonesia Tengah (WITA).

Luas wilayah Kota Banjarmasin adalah 98,46 kilometer persegi yang terbagi menjadi lima kecamatan. Daftar kecamatan di Kota Banjarmasin yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, dan Banjarmasin Utara.

Adapun secara geografis, batas wilayah Kota Banjarmasin sebelah utara dengan berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banjar, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Banjar.

Sebagai kota dengan julukan seribu sungai, Banjarmasin dilewati oleh beberapa aliran sungai seperti Sungai Barito dan Sungai Martapura. Sungai Martapura merupakan sungai terpanjang yang melintasi Kota Banjarmasin dengan panjang 25.066 meter.

c. Kependudukan Kota Banjarmasin

Mengutip rilis BPS dalam publikasi Kota Banjarmasin dalam Angka Tahun 2022, jumlah penduduk di tahun 2020 mencapai 657.663 jiwa. Laju pertumbuhan penduduk di Kota Banjarmasin antara tahun 2020

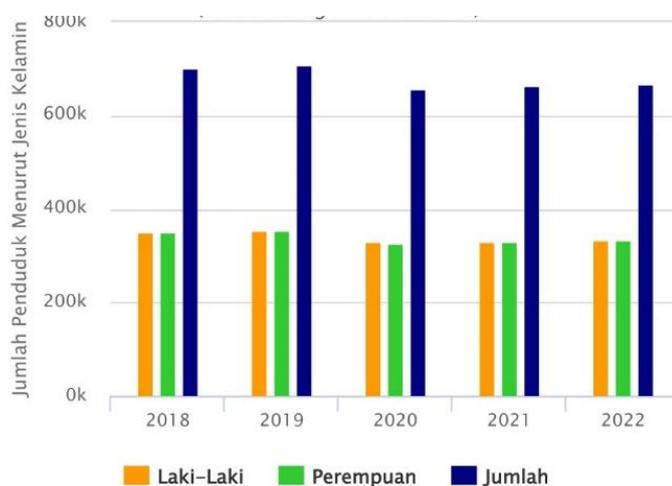
- 2021 adalah 0,95 persen sehingga diperkirakan jumlah penduduk pada tahun 2021 mencapai sekitar 662.230 jiwa.

Sementara itu, kepadatan penduduk Kota Banjarmasin pada tahun 2020 adalah 6.727 jiwa per kilometer persegi. Indeks pembangunan manusia di Kota Banjarmasin di tahun 2021 mencapai angka 71,28 atau naik dari tahun 2020 yang berada di angka 70,91.

Sementara angka harapan hidup di Kota Banjarmasin di tahun 2021 mencapai angka 71,29 tahun atau naik dari tahun 2020 yang berada di angka 71,13 tahun. Berikut adalah data penduduk Kota Banjarmasin yang diperoleh dari data Badan Pusat Statistik.

Gambar 4.1

Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data BPS Kota Banjarmasin (2023)

Berdasarkan diagram di atas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk laki-laki dan penduduk perempuan di Kota Banjarmasin seimbang pada setiap tahunnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk di Kota

Banjarmasin relatif stabil karena tidak adanya pengurangan dan penambahan penduduk yang signifikan perbedaannya. Data ini dapat digunakan oleh peneliti sebagai rujukan populasi dalam penelitian ini.

2. Gambaran Generasi Z di Kota Banjarmasin

Berikut adalah gambaran jumlah generasi Z di Kota Banjarmasin.

Tabel 4.1

Gambaran Generasi Z di Kota Banjarmasin

No.	Tahun	Jumlah
1.	2020	179.199
2.	2021	180.211
3.	2022	180.603
4.	2023	181.790
5.	2024	190.572

Sumber: Data BPS Provinsi Kalsel (2024)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah generasi Z dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Tahun 2021 meningkat sebanyak 1.012 jiwa, tahun 2022 meningkat sebanyak 392 jiwa, tahun 2023 meningkat sebanyak 1.187 jiwa dan tahun 2024 meningkat sebanyak 8.782. Hal tersebutlah yang menjadi landasan bahwa generasi Z di Kota Banjarmasin jumlahnya hampir mendominasi dibandingkan usia penduduk lainnya sehingga sangat mendukung untuk dapat melaksanakan penelitian ini.

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Berikut adalah hasil uji validitas terhadap setiap item pertanyaan pada variabel penelitian.

Tabel 4.2**Hasil Uji Validitas Variabel *Shopee Paylater***

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	Ket
<i>Shopee Paylater</i>	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid
	6	0,000	Valid
	7	0,000	Valid
	8	0,000	Valid
	9	0,000	Valid
	10	0,000	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25 for Windows (2024)

Tabel 4.3**Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Belanja**

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	Ket
Perilaku Berbelanja	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	5	0,000	Valid
	6	0,000	Valid
	7	0,000	Valid
	8	0,000	Valid
	9	0,000	Valid
	10	0,000	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25 for Windows (2024)

b. Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil uji reliabilitas terhadap setiap item pertanyaan pada variabel penelitian.

Tabel 4.4**Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Shopee Paylater***

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
<i>Shopee Paylater</i>	0,756	Valid

Sumber: Data diolah *SPSS 25 for Windows* (2024)

Berdasarkan Tabel 4.4 Item-item Statistics Variabel *Shopee Paylater* di atas bahwa besarnya nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* lebih besar dari ketentuan nilai *Alpha*. Demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan atau pertanyaan setiap variabel kualitas produk dinyatakan *reliabel*, maksudnya jika instrumen penelitian akan digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek 96 responden akan menghasilkan data yang sama.

Tabel 4.5**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Berbelanja**

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Perilaku Berbelanja	0,780	Valid

Sumber: Data diolah *SPSS 25 for Windows* (2024)

Berdasarkan Tabel 4.5 Item-item Statistics Variabel Perilaku Berbelanja di atas bahwa besarnya nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* lebih besar dari ketentuan nilai *Alpha*. Demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan atau pertanyaan setiap variabel kualitas produk dinyatakan *reliabel*, maksudnya jika instrumen penelitian akan digunakan

beberapa kali untuk mengukur obyek 96 responden akan menghasilkan data yang sama.

4. Karakteristik Responden

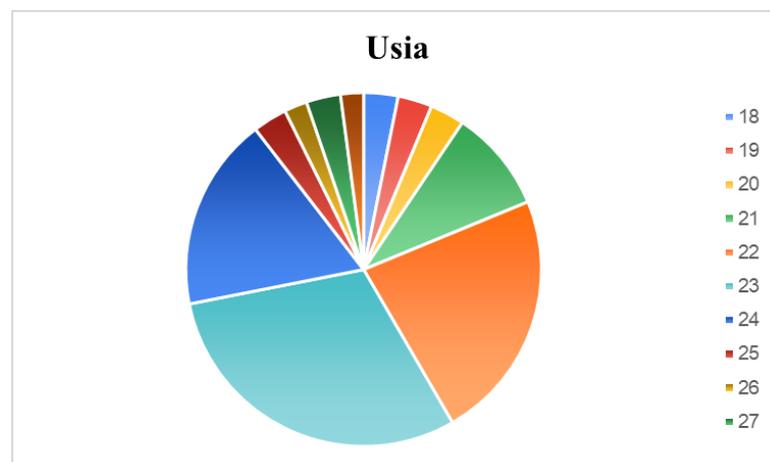
Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran akan latar belakang responden. Karakteristik responden yang dianggap relevan pada penelitian ini adalah usia, status pekerjaan, dan asal kecamatan.

a. Usia

Kategori responden berdasarkan usia dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

Gambar 4.2

Data Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer diolah (2024)

Pada gambar 4.1 data responden berdasarkan usia di atas dapat dilihat bahwa sampel penelitian dengan jumlah 96 responden dengan menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian dilakukan, responden yang berusia 18 Tahun berjumlah 3 orang, 19 Tahun berjumlah 3 orang, 20 Tahun berjumlah 3 orang, 21 Tahun berjumlah 9 orang, 22 Tahun

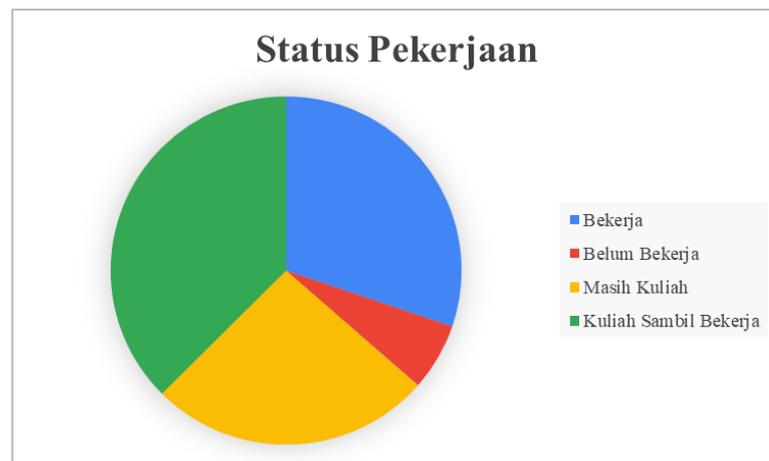
berjumlah 22 orang, 23 Tahun berjumlah 29 orang, 24 Tahun berjumlah 17 orang, 25 Tahun berjumlah 3 orang, 26 Tahun berjumlah 2 orang, 27 Tahun berjumlah 3 orang, dan 28 Tahun berjumlah 2 orang.

b. Status Pekerjaan

Kategori responden berdasarkan status pekerjaan dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

Gambar 4.3

Data Responden Status Pekerjaan



Sumber: Data Primer diolah (2024)

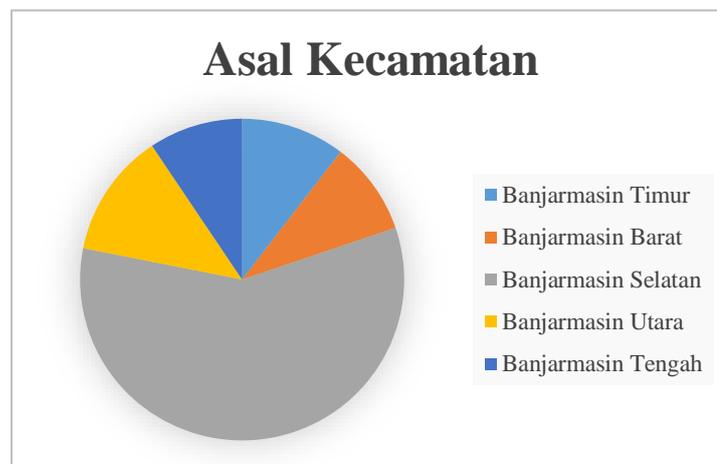
Pada gambar 4.2 data responden berdasarkan Status Pekerjaan di atas dapat dilihat bahwa sasaran peneliti untuk menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian dilakukan, responden yang Berkerja berjumlah 29 orang, Belum Bekerja berjumlah 6 orang, Masih Kuliah berjumlah 25 orang, dan Kuliah Sambil Bekerja berjumlah 36 orang.

c. Asal Kecamatan

Kategori responden berdasarkan asal kecamatan atau wilayah tempat tinggal dapat dilihat pada grafik di bawah ini.

Gambar 4.4

Data Responden Berdasarkan Asal Kecamatan



Sumber: Data Primer diolah (2024)

Pada gambar 4.3 data responden berdasarkan asal kecamatan di atas dapat dilihat bahwa sasaran peneliti untuk menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian dilakukan, Banjarmasin Timur berjumlah 10 orang, Banjarmasin Barat berjumlah 9 orang, Banjarmasin Selatan berjumlah 56 orang, Banjarmasin Utara berjumlah 12, dan Banjarmasin Tengah berjumlah 9 orang.

5. Deskripsi Variabel Penelitian

Berikut adalah gambaran variabel penelitian yang diperoleh dari hasil kuesioner pada setiap item pertanyaan dalam penelitian ini terhadap masing-masing responden dapat dipahami pada tabel berikut ini.

Tabel 4.6

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden memilih berbelanja melalui e-commerce (Shopee) karena banyak fitur layanan

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	29
2.	Setuju	50
3.	Netral	17
4.	Tidak Setuju	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai pernyataan bahwa responden memilih berbelanja melalui e-commerce (Shopee) karena banyak fitur layanan maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 52 % dan disusul oleh jawaban sangat setuju 30%, netral 18% sedangkan yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.7

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden memilih sistem pembayaran non tunai karena memudahkan responden dalam berbelanja di shopee

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	27
2.	Setuju	46
3.	Netral	23
4.	Tidak Setuju	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 mengenai pernyataan bahwa responden memilih sistem pembayaran non tunai karena memudahkan responden dalam berbelanja di shopee maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh

setuju dengan persentase 48% dan disusul oleh jawaban sangat setuju 28%, netral 24% sedangkan yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.8

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa *Shopee Paylater* sangat memudahkan responden untuk berbelanja ketika belum memiliki uang yang cukup

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	36
2.	Setuju	38
3.	Netral	15
4.	Tidak Setuju	5
5.	Sangat Tidak Setuju	2
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 mengenai pernyataan bahwa *Shopee Paylater* sangat memudahkan responden untuk berbelanja ketika belum memiliki uang yang cukup maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 40% dan disusul oleh jawaban sangat setuju 37%, netral 16%, tidak setuju 5% dan sangat tidak setuju 2%.

Tabel 4.9

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa adanya voucher gratis ongkir mendorong responden untuk menggunakan *Shopee Paylater*

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	41
2.	Setuju	33
3.	Netral	15
4.	Tidak Setuju	4
5.	Sangat Tidak Setuju	3
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.9 mengenai pernyataan bahwa adanya voucher gratis ongkir mendorong responden untuk menggunakan *Shopee Paylater*

maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh sangat setuju dengan persentase 43% dan disusul oleh jawaban setuju 34%, netral 16%, tidak setuju 4% dan sangat tidak setuju 3%.

Tabel 4.10

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa banyak produk yang saya beli menggunakan *Shopee Paylater*

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	26
2.	Setuju	28
3.	Netral	29
4.	Tidak Setuju	10
5.	Sangat Tidak Setuju	3
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 mengenai pernyataan bahwa banyak produk yang saya beli menggunakan *Shopee Paylater* maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh netral dengan persentase 30% dan disusul oleh jawaban setuju 29%, sangat setuju 27%, tidak setuju 11% dan sangat tidak setuju 3%.

Tabel 4.11

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa berbelanja menjadi mudah dengan adanya *Shopee Paylater*

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	32
2.	Setuju	34
3.	Netral	24
4.	Tidak Setuju	5
5.	Sangat Tidak Setuju	1
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.11 mengenai pernyataan bahwa berbelanja menjadi mudah dengan adanya *Shopee Paylater* maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 36% dan disusul oleh jawaban sangat setuju 33%, netral 25%, tidak setuju 5% dan sangat tidak setuju 1%.

Tabel 4.12

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa pembuatan akun *Shopee Paylater* mudah

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	18
2.	Setuju	26
3.	Netral	25
4.	Tidak Setuju	22
5.	Sangat Tidak Setuju	5
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.12 mengenai pernyataan bahwa pembuatan akun *Shopee Paylater* mudah maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 27% dan disusul oleh jawaban netral 26%, tidak setuju 23%, sangat setuju 19% dan sangat tidak setuju 5%.

Tabel 4.13

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa ketentuan *Shopee Paylater* tidak memberatkan pengguna

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	19
2.	Setuju	22
3.	Netral	30
4.	Tidak Setuju	25
5.	Sangat Tidak Setuju	0
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 mengenai pernyataan bahwa ketentuan *Shopee Paylater* tidak memberatkan pengguna maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh netral dengan persentase 31% dan disusul oleh jawaban tidak setuju 26%, setuju 23%, sangat setuju 20% dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.14

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa *Shopee Paylater* meringankan pembayaran terhadap produk yang dibeli

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	26
2.	Setuju	38
3.	Netral	30
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	0
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.14 mengenai pernyataan bahwa *Shopee Paylater* meringankan pembayaran terhadap produk yang dibeli maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 40% dan disusul oleh jawaban netral 31%, sangat setuju 27%, tidak setuju 2% dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.15

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa *Shopee Paylater* dapat digunakan terhadap semua produk

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	23
2.	Setuju	27
3.	Netral	26
4.	Tidak Setuju	20
5.	Sangat Tidak Setuju	0
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.15 mengenai pernyataan bahwa *Shopee Paylater* dapat digunakan terhadap semua produk maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 28% dan disusul oleh jawaban netral 27%, sangat setuju 24%, tidak setuju 21% dan sangat tidak setuju 0%.

Tabel 4.16

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa sejak ada *Shopee Paylater* membuat responden lebih sering berbelanja

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	32
2.	Setuju	28
3.	Netral	26
4.	Tidak Setuju	8
5.	Sangat Tidak Setuju	2
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.16 mengenai pernyataan bahwa sejak ada *Shopee Paylater* membuat responden lebih sering berbelanja maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh sangat setuju dengan persentase 34% dan disusul oleh jawaban setuju 29%, netral 27%, tidak setuju 8% dan sangat tidak setuju 2%.

Tabel 4.17

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden berbelanja dengan *Shopee Paylater* untuk memenuhi kebutuhan hidup

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	19
2.	Setuju	23
3.	Netral	31
4.	Tidak Setuju	18

5.	Sangat Tidak Setuju	5
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.17 mengenai pernyataan bahwa responden berbelanja dengan *Shopee Paylater* untuk memenuhi kebutuhan hidup maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh netral dengan persentase 32% dan disusul oleh jawaban setuju 24%, sangat setuju 20%, tidak setuju 19% dan sangat tidak setuju 5%.

Tabel 4.18

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden berbelanja dengan *Shopee Paylater* untuk mendapatkan barang yang saya inginkan

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	32
2.	Setuju	31
3.	Netral	22
4.	Tidak Setuju	7
5.	Sangat Tidak Setuju	4
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.18 mengenai pernyataan bahwa responden berbelanja dengan *Shopee Paylater* untuk mendapatkan barang yang saya inginkan maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh sangat setuju dengan persentase 34% dan disusul oleh jawaban setuju 32%, netral 23%, tidak setuju 7% dan sangat tidak setuju 4%.

Tabel 4.19

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden lebih tertarik membeli produk ketika ada promo dengan metode pembayaran *Shopee Paylater*

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	30

2.	Setuju	37
3.	Netral	20
4.	Tidak Setuju	7
5.	Sangat Tidak Setuju	2
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.19 mengenai pernyataan bahwa responden lebih tertarik membeli produk ketika ada promo dengan metode pembayaran *Shopee Paylater* maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 39% dan disusul oleh jawaban sangat setuju 31%, netral 21%, tidak setuju 7% dan sangat tidak setuju 2%.

Tabel 4.20

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden berbelanja barang yang mahal dengan *Shopee Paylater*

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	21
2.	Setuju	27
3.	Netral	25
4.	Tidak Setuju	15
5.	Sangat Tidak Setuju	8
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.20 mengenai pernyataan bahwa responden berbelanja barang yang mahal dengan *Shopee Paylater* maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 28% dan disusul oleh jawaban netral 26%, sangat setuju 22%, tidak setuju 16% dan sangat tidak setuju 8%.

Tabel 4.21

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden berbelanja barang yang bermerk dengan *Shopee Paylater*

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	18
2.	Setuju	31
3.	Netral	23
4.	Tidak Setuju	18
5.	Sangat Tidak Setuju	6
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.21 mengenai pernyataan bahwa responden berbelanja barang yang bermerk dengan *Shopee Paylater* maka dapat diketahui jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 32% dan disusul oleh jawaban netral 24%, sangat setuju 19%, tidak setuju 19% dan sangat tidak setuju 6%.

Tabel 4.22

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden berbelanja banyak barang yang bervariasi dengan *Shopee Paylater*

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	19
2.	Setuju	46
3.	Netral	21
4.	Tidak Setuju	5
5.	Sangat Tidak Setuju	5
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.22 mengenai pernyataan bahwa responden berbelanja banyak barang yang bervariasi dengan *Shopee Paylater* maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan

persentase 48% dan disusul oleh jawaban netral 22%, sangat setuju 20%, tidak setuju 5%, dan sangat tidak setuju 5%.

Tabel 4.23

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden selalu berbelanja dengan *Shopee Paylater* setiap bulan

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	15
2.	Setuju	25
3.	Netral	36
4.	Tidak Setuju	16
5.	Sangat Tidak Setuju	4
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.23 mengenai pernyataan bahwa responden selalu berbelanja dengan *Shopee Paylater* setiap bulan maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh netral dengan persentase 37% dan disusul oleh jawaban setuju 26%, tidak setuju 17%, sangat setuju 16%, dan sangat tidak setuju 4%.

Tabel 4.24

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa responden berbelanja dengan *Shopee Paylater* karena ongkir lebih murah dibandingkan metode pembayaran lain

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	22
2.	Setuju	39
3.	Netral	28
4.	Tidak Setuju	6
5.	Sangat Tidak Setuju	1
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.24 mengenai pernyataan bahwa responden berbelanja dengan *Shopee Paylater* karena ongkir lebih murah dibandingkan

metode pembayaran lain maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 41% dan disusul oleh jawaban netral 29%, sangat setuju 23%, tidak setuju 6% dan sangat tidak setuju 1%

Tabel 4.25

Tanggapan responden terkait pernyataan bahwa *Shopee Paylater* sangat mendorong responden untuk berbelanja

No.	Tanggapan	Jumlah
1.	Sangat Setuju	28
2.	Setuju	34
3.	Netral	23
4.	Tidak Setuju	6
5.	Sangat Tidak Setuju	5
Total		96

Sumber: Data Primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.25 mengenai pernyataan bahwa *Shopee Paylater* sangat mendorong responden untuk berbelanja maka dapat diketahui bahwa jawaban dari responden didominasi oleh setuju dengan persentase 36% dan disusul oleh jawaban sangat setuju 29%, netral 24%, tidak setuju 6%, dan sangat tidak setuju 5%.

6. Uji Regresi Sederhana

Berikut adalah hasil uji regresi sederhana pada penelitian ini.

Tabel 4.26

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,078	4,255		,488	,626
	<i>Shopee Paylater</i>	,897	,110	,642	8,127	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Berbelanja

Sumber: Data diolah *SPSS 25 for Windows* (2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai constan (a) sebesar 2,078, sedangkan nilai *Shopee Paylater* (X) diketahui sebesar 0,897 sehingga persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut.

$$\bar{Y} = a + bX$$

$$Y = 2,078 + 0,897X$$

Berdasarkan persamaan di atas maka dapat dipahami bahwa sebagai berikut.

- a. Nilai a sebesar 2,078 adalah konstanta atau keadaan variabel perilaku belanja (Y) yang belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel *Shopee Paylater* (X). Jika variabel independen tidak ada maka variabel perilaku belanja (Y) tidak mengalami perubahan.
- b. Nilai bX sebesar 0,807 menunjukkan bahwa variabel *Shopee Paylater* (X) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel perilaku belanja (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel *Shopee Paylater* (X) maka akan mempengaruhi minat belanja sebesar 0,807.

7. Uji Koefisien Determinasi

Berikut adalah tabel hasil analisis koefisien determinasi.

Tabel 4.27

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,642 ^a	,413	,406	6,571

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data diolah SPSS 25 for Windows (2024)

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,406 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 40,6%. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pengaruh *Shopee Paylater* terhadap perilaku berbelanja sebesar 40,6%.

8. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t. Maka berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana dapat ditemukan bahwa nilai signifikansi pada variabel *Shopee Paylater* (X) adalah sebesar 0,000. Maka nilai $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Shopee Paylater* (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku belanja (Y).

Berdasarkan nilai t hitung pada tabel coefficients pada uji regresi linier sederhana diketahui nilai t hitung pada variabel *Shopee Paylater* (X) sebesar 8,127. Untuk mencari t tabel maka digunakan rumus berikut.

$$df = n - k = 96 - 2 = 94$$

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka dapat diperoleh nilai dari t tabel adalah sebesar 1,665. Maka dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $8,127 > 1,665$ yang berarti bahwa variabel X (*Shopee Paylater*) berpengaruh terhadap variabel Y (perilaku belanja) sehingga H_0 ditolak yang menyatakan bahwa Penggunaan *Shopee Paylater* tidak berpengaruh terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin sedangkan H_a dapat diterima yang menyatakan bahwa Penggunaan *Shopee Paylater* berpengaruh terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin.

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa penggunaan *Shopee Paylater* memiliki pengaruh terhadap perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa *Shopee Paylater* merupakan salah satu faktor yang mendorong generasi Z melakukan transaksi menggunakan *Shopee Paylater*. Ditinjau dari hasil penelitian melalui kuesioner maka dapat ditemukan fakta bahwa generasi Z memilih metode *Shopee Paylater* dalam berbelanja karena adanya kemudahan dalam mengaksesnya dan tidak ribet.

Berdasarkan teori yang dipaparkan dalam penelitian ini ada banyak faktor yang menyebabkan masyarakat menggunakan pembayaran *E-Commerce* antara lain:

1. Pengetahuan

Jiang & Rosenbloom dalam Hadi dkk, menyatakan bahwa konsumen dengan pengetahuan yang tinggi terhadap produk akan meningkatkan intensitas ketika menggunakan sebuah produk atau jasa (Hadi dkk., 2022, hal. 142). Dengan demikian, semakin banyaknya pengetahuan yang didapat oleh konsumen terhadap instrumen pembayaran non tunai pada transaksi *e-commerce*, maka akan semakin meningkat pula peluang melakukan pembayaran secara non tunai pada transaksi *e-commerce* begitu pun sebaliknya.

2. Kemudahan

Menurut Ramkumar dalam Hadi dkk, menyatakan bahwa kemudahan menjadi faktor individu untuk melihat seberapa jauh menganggap bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan gampang (Hadi dkk., 2022, hal. 143). Dengan demikian, ketika *e-commerce* mudah digunakan maka tingkat penggunaannya pun akan semakin meningkat.

3. Fitur Layanan

Menurut Umaningsih & Dewi dalam Hadi dkk, fitur layanan merupakan komponen yang mampu menambah fungsi suatu produk. Karena fitur dapat menjadi alasan konsumen dalam memilih suatu produk, sehingga bagi pemasar fitur merupakan dasar untuk mendefinisikan produk mereka dengan produk lain (Hadi dkk., 2022, hal. 144). Dapat disimpulkan fitur layanan merupakan visi pemenuhan kebutuhan dengan menggunakan elemen yang ada, dan dalam hal ini adalah mengenai fitur layanan alat pembayaran non tunai yang dikeluarkan oleh lembaga bank maupun nonbank dan penyedia *e-commerce*.

Memahami dari teori di atas maka setidaknya ada tiga faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan sistem pembayaran *e-commerce* yaitu pengetahuan, kemudahan, dan fitur layanan. Sejalan dengan ketiga faktor tersebut berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini yang didasarkan pada hasil kuesioner maka dapat dipahami bahwa seseorang memang dipengaruhi oleh ketiga faktor tersebut dalam menggunakan sistem pembayaran *e-commerce* salah satunya adalah sistem pembayaran *Shopee Paylater*.

Terlihat jelas bahwa kuesioner dalam penelitian ini mengacu pada ketiga faktor di atas dalam meneliti penggunaan *Shopee Paylater* oleh generasi Z di Kota Banjarmasin. Dapat dikatakan bahwa generasi Z di Kota Banjarmasin memiliki suatu pengetahuan akan penggunaan pembayaran *Shopee Paylater* yang mendorongnya menggunakan sistem pembayaran tersebut dalam bertransaksi di aplikasi shopee. Responden juga merasa dengan adanya *Shopee Paylater* memberikan kemudahan dalam bertransaksi di aplikasi shopee dan adanya fitur layanan yang mendukung responden dalam berbelanja.

Selain dipengaruhi faktor di atas, juga ada beberapa hal yang mempengaruhi perilaku berbelanja seseorang. Berdasarkan teori yang ada dalam penelitian ini maka dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku berbelanja adalah sebagai berikut:

1. Harga

Kalau harga merupakan pendapatan/pemasukan bagi pengusaha/pedagang, maka ditinjau dari segi konsumen, harga merupakan suatu pengeluaran atau pengorbanan yang mesti dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen tersebut (Nuryadin, 2007, hal. 87). Dengan demikian, harga merupakan salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam membeli barang atau memperoleh jasa. Jika harga tidak sesuai dengan kondisi barang dan kualitas pelayanan dalam jasa maka akan menurunkan minat konsumen dalam memperoleh barang atau jasa tersebut.

2. Produk

Produk secara umum diartikan sebagai barang yang secara nyata dapat dilihat dan dipegang (*tangible goods*), baik yang bergerak maupun tidak bergerak (Rusli, 2012, hal. 81). Produk mempengaruhi perilaku berbelanja karena konsumen akan menilai terlebih dahulu produk yang akan diperolehnya atau dibelinya, jika produk tersebut memiliki kualitas bagus atau diinginkan yang sesuai dengan harga yang ditawarkan maka memiliki peluang produk tersebut akan dibeli.

3. Pelayanan

Menurut Kotler dalam Laksana dalam Maulana pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Maulana, 2016, hal. 117). Pelayanan yang baik akan meningkatkan minat seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Seorang konsumen akan senang ketika dilayani dengan baik sehingga akan membuatnya ingin membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan.

4. Psikologi

Psikologi merupakan keadaan mental atau jiwa seseorang. Kondisi psikologi seseorang juga mempengaruhi perilaku berbelanja karena keadaan psikologi yang baik akan membuat seseorang memiliki minat yang baik terhadap suatu barang atau jasa. Ketika seseorang memiliki minat terhadap suatu barang atau jasa maka akan berpeluang seseorang tersebut mendapatkannya dengan cara membelinya.

5. Shopee *Paylater*

Shopee Paylater adalah salah satu fitur pembayaran yang disediakan oleh aplikasi Shopee untuk mempermudah penggunaanya dalam berbelanja secara online. Melalui Shopee Paylater, pengguna dapat melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar kemudian sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Fitur ini bekerja dengan cara memberikan dana talangan kepada pengguna saat mereka melakukan transaksi di aplikasi Shopee. Pengguna kemudian diwajibkan untuk melunasi pinjaman tersebut dalam jangka waktu tertentu yang ditentukan oleh Shopee. Dengan adanya Shopee Paylater, pengguna dapat menikmati fleksibilitas dalam berbelanja tanpa harus langsung membayar saat itu juga.

Layanan Shopee Paylater dirancang untuk memberikan kenyamanan tambahan bagi pengguna yang ingin melakukan pembelian tetapi belum memiliki dana yang cukup pada saat transaksi. Pengguna cukup memilih Shopee Paylater sebagai metode pembayaran saat checkout, dan dana pinjaman akan otomatis digunakan untuk menyelesaikan transaksi. Setelah itu, pengguna akan menerima tagihan yang harus dibayar dalam periode yang telah ditetapkan, lengkap dengan rincian pembayaran dan bunga, jika ada. Keberadaan Shopee Paylater tidak hanya meningkatkan pengalaman berbelanja pengguna, tetapi juga membantu mereka dalam mengelola keuangan dengan lebih baik melalui opsi pembayaran yang lebih fleksibel dan terstruktur.

Meninjau dari paparan teori di atas maka dapat dipahami bahwa perilaku berbelanja generasi Z di Kota Banjarmasin juga dipengaruhi oleh faktor-faktor di atas seperti harga, produk, pelayanan, dan psikologi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditemukan fakta bahwa generasi Z menggunakan *Shopee Paylater* karena harga produk yang ditawarkan dan diinginkan tersebut belum bisa dijangkau pada saat itu sehingga harus menggunakan *Shopee Paylater* untuk membayarkan, *Shopee Paylater* juga memberikan pelayanan yang baik terhadap penggunanya sehingga pengguna nyaman dalam menggunakan *Shopee Paylater*, produk yang diinginkan oleh pengguna *shopee paylater* adalah sebagian besar adalah produk yang memang dibutuhkan oleh pembeli, dan penggunaan *shopee paylater* ini juga dipengaruhi oleh keadaan psikologi pengguna dalam memutuskan membeli atau tidak terhadap suatu barang yang diinginkan.