

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN SHOPEE PAYLATER  
(Studi Pada Pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Banyumas)**

**Aji Sukmono Ardi**

Afiliasi (Manajemen, Universitas Putra Bangsa) ajimono046@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Banyumas). Metode pengambilan sampel yang digunakan di penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Total sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kusioner. Analisis data yang digunakan yaitu uji instrument menggunakan program *SPSS 22 for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan setiap variabel valid dan reliabel. Model penelitian memenuhi kriteria uji asumsi klasik tidak terdapat multikolinieritas, heterokedastisitas, dan memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan uji parsial (uji t) diperoleh hasil bahwa variabel kemudahan, kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil uji simultan (uji f) diperoleh hasil bahwa variabel kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci: Kemudahan, Kemanfaatan, Kepercayaan dan Keputusan Penggunaan.

**Abstract**

*decision to use Shopee Paylater (Study of Shopee Paylater users in Banyumas Regency). The sampling method used in this study is non-probability sampling with purposive sampling technique. The total sample in this study was 100 respondents. Methods of data collection using a chair. Analysis of the data used is the instrument test using the SPSS 22 for windows program. The results of this study indicate that all statement items for each variable are valid and reliable. The research model meets the criteria for the classical assumption test, there is no multicollinearity, heteroscedasticity, and meets the normality assumption. Based on the partial test (t test) the results obtained that the variables of convenience, usefulness and trust have a significant effect on the decision to use. The results of the simultaneous test (f test) showed that the variables of convenience, usefulness, and trust together had a significant effect on the decision to use.*

*Keywords: Ease, Usefulness, Trust and Decision to Use.*

**PENDAHULUAN**

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. Fitur Shopee Paylater banyak digunakan dikalangan remaja bahkan ibu rumah tangga yang berfungsi sebagai alternatif ketika pengguna tidak mempunyai uang ketika belanja di Shopee. Pernyataan ini di dukung oleh jawaban

responden pada saat peneliti melakukan observasi. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee Paylater di Kabupaten Banyumas adalah Kemudahan. Kemudahan penggunaan di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem mudah (Jogianto, 2007).Kemudahan dalam menggunakan shopee paylater adalah proses pemijamanya sangat mudah tidak ada jaminan, registrasi dan cara mengaktifkan ShopeePaylater ini hanya mensyaratkan berstatus WNI dan sudah mempunyai KTP dan juga sudah mempunyai akun Shopee. Data dan verifikasi wajah semuanya dilakukan secara online, tidak ada antrian dan proses mengajukan hanya beberapa menit saja sehingga sangat

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN SHOPEE PAYLATER  
(Studi Pada Pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Banyumas)**

memudahkan pengguna. Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee Paylater di Kabupaten Banyumas adalah kemanfaatan Menurut Jogiyanto (2007) kemanfaatan lain menyebutkan bahwa kemanfaatan akan dirasakan jika suatu sistem dapat mempercepat proses, meningkatkan efektifitas dan produktivitas dan bermanfaat bagi individu. Berdasarkan hasil observasi Manfaat menggunakan Shopee Paylater salah satunya adalah dapat bertransaksi tanpa harus bertatap muka secara langsung sehingga dalam menyelesaikan pembayaran dapat dilakukan dengan mudah dan pembayarannya bisa dilakukan secara kemampuan penggunanya. Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee Paylater di Kabupaten Banyumas adalah kepercayaan Menurut Kotler & Keller (2016) Kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis..Berdasarkan hasil observasi pengguna Shopee Paylater percaya bahwa data yang digunakan pengguna untuk pendaftaran aman tidak di publikasikan oleh shopee dan bersifat rahasia.

**METODE**

Objek dalam penelitian ini adalah variabel kemudahan, kepercayaan, dan kemanfaatan sebagai variabel bebas (*independen*), keputusan penggunaan sebagai variabel terikat (*dependen*).

Subyek dari penelitian ini adalah pengguna shopee paylater di Kabupaten Banyumas yang pernah melakukan transaksi pembayaran menggunakan shopee paylater.

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil miniriset di lapangan, tempat penelitian, hasil wawancara langsung dengan responden dan jawaban dari hasil penyebaran kusioner. Data yang diambil dalam penelitian ini digolongkan menjadi 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kusioner dan studi pustaka. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan (Sugiono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna shopee paylater di kabupaten banyumas.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2010). Metode pendekatan yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel karena pertimbangan tertentu ( Sugiono, 2008).

Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dimana sampel dipilih secara subjektif karena peneliti memahami bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu dan mereka memenuhi kriteria yang di tentukan peneliti. Dalam penelitian peneliti hanya memberikan kusioner kepada pengguna shopee paylater. menurut Sugiono (2004), dalam Ellena (2011),

penentuan jumlah sampel menggunakan rumus sebagai berikut :

$$= n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

=Keterangan

n = sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1,96

Moe = *Margin of Error Maksimum* sebesar 10% maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 99,6 \text{ atau dibulatkan responden.}$$

Berdasarkan rumus diatas sampel yang dapat diambil dari populasi yang besar sebanyak 99,6 orang, hal tersebut menandakan bahwa dalam penelitian ini batas sampel terkecil yang harus dicapai adalah 99,6 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik analisis dalam penelitian adalah menggunakan analisis deskriptif dan statistik. Analisis deskriptif Sugiono (2010) mengatakan bahwa analisis deskriptif merupakan analisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi yang meliputi analisis mengenai karakteristik dari reponden yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pendapatan dan frekuensi penggunaan produk. Untuk menuji analisis statistik penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabelitas sedangkan uji asumsi klasiknya menggunakan uji moltekolonieritas, heterokedastisitas, dan uji normalitas. Penelitian ini juga menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji hipotesisnya menggunakan uji parsial (uji t) dan menggunakan uji simultan (uji f)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil perhitungan uji t menunjukkan nilai koefisien *ustandardized beta coefficient* adalah 0,177 dengan nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,223 dan tingkat signifikan sebesar 0,001 sedangkan t<sub>tabel</sub> dalam penelitian ini adalah 1,985.

Varibael kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil perhitungan uji t menunjukkan nilai koefisien *ustandardized beta coefficient* adalah 0,309 dengan nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,792 dan tingkat signifikan sebesar 0,001 sedangkan t<sub>tabel</sub> dalam penelitian ini adalah 1,985.

Varibael kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hasil perhitungan uji t menunjukkan nilai koefisien *ustandardized beta coefficient* adalah 0,690 dengan nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 5,089 dan tingkat signifikan sebesar 0,001 sedangkan t<sub>tabel</sub> dalam penelitian ini adalah 1,985.

Berdasarkan hasil uji F pada penelitian ini diperoleh F<sub>hitung</sub> sebesar 46,794 dengan nilai signifikan 0,000 karena nilai F<sub>hitung</sub> sebesar 46,794 > F<sub>tabel</sub> 2,70 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang artinya variabel kemudahan,

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEMANFAATAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGUNAAN SHOPEE PAYLATER  
(Studi Pada Pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Banyumas)**

**PENUTUP**

**Simpulan**

Pengujian hipotesis pertama (H1) diterima, artinya Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin banyak kemudahan bagi pengguna, maka akan semakin meningkat keputusan penggunaan pada pengguna shopee paylater.

Pengujian hipotesis kedua (H2) diterima, artinya Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kemanfaatan, maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan Shopee paylater di Kabupaten Banyumas.

Pengujian hipotesis ketiga (H3) diterima, artinya Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kepercayaan pengguna maka akan semakin tinggi pula keputusan penggunaannya dan sebaliknya, jika Kepercayaan semakin rendah maka akan semakin pula keputusan penggunaannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan dapat mempengaruhi untuk peningkatan keputusan penggunaan produk shopee paylater di kabupaten Banyumas.

Dari hasil uji determinasi atau uji R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa nilai angka Adjusted R Square sebesar 0,581. Hal ini berarti 0,581 = 0,581% variasi dari keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh variansi dari ketiga variabel independen yaitu Kemudahan, Kemanfaatan dan Kepercayaan sedangkan sisanya (100% - 0,581% = 42,9%) dijelaskan oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

**Saran**

shopee diharapkan dapat memberikan informasi tambahan berupa edukasi mengenai penggunaan Shopee Paylater yang mudah dimengerti oleh pengguna sehingga dapat meningkatkan pemanfaatan penggunaan shopee paylater.

shopee diharapkan dapat mengembangkan lebih luas lagi dari yang sudah ada pada shopee paylater seperti mitra shopee yang menggunakan shopee paylater.

shopee diharapkan mampu memastikan keamanan data pengguna dan menjamin data pengguna bersifat rahasia sehingga pengguna tidak khawatir mengenai kebocoran data, dengan hal tersebut maka akan timbul rasa kepercayaan terhadap Shopee Paylater.

Shopee diharapkan mampu meningkatkan kualitas pada shopee paylater dari tiga faktor Kemudahan, Kemanfaatan dan Kepercayaan sesuai harapan pengguna.

**DAFTAR PUSTAKA**

(Times New Roman 12, Regular, spasi 1, spacing before 6 pt, after 6 pt).

Annisa, D. (2015). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman 2015 - 2017)*. 23(2), 112–120.

Andryanto, R. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.co.id di Yogyakarta)*.

Anggraini, A. D. (2016). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI MANFAAT DAN PERILAKU NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN FASILITAS ANJUNGAN TUNAI MANDIRI (ATM) BANK SYARIAH*.

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

\_\_\_\_\_2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

\_\_\_\_\_2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

\_\_\_\_\_2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*