

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1. Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai variabel kepercayaan, kemudahan, persepsi risiko, dan keamanan terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater di Jawa Tengah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap layanan SPayLater, maka semakin besar pula keyakinan individu tersebut dalam mengambil keputusan untuk bertransaksi menggunakan SPayLater.
2. Hasil penelitian ini bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater. Hal ini menunjukkan semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin besar pula kemungkinan seseorang untuk memutuskan melakukan pembelian melalui sistem tersebut.
3. Hasil penelitian ini bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin rendah risiko yang dirasakan konsumen dalam menggunakan layanan SpayLater seperti risiko keterlambatan pembayaran, bunga, maupun denda maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya.

4. Hasil penelitian ini bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi keamanan yang dirasakan pengguna tidak menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan fitur SPayLater saat berbelanja di Shopee.
5. Hasil penelitian ini variabel kepercayaan, kemudahan, persepsi risiko, dan keamanan secara bersama sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater. Keempat variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan alasan konsumen di Jawa Tengah sebagai salah satu cara untuk membayar produk pada aplikasi Shopee.

## 5.2. Keterbatasan

Penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah namun masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini terbatas pada variabel kepercayaan, kemudahan, persepsi risiko, dan keamanan terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater. Disarankan penelitian selanjutnya untuk menambah variabel – variabel lain diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan spaylater.
2. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner, sehingga jawaban responden bersifat subjektif sesuai persepsi masing-masing. Hal ini membuka kemungkinan adanya bias

data yang disebabkan oleh pengisian kuesioner secara tidak serius atau kurang jujur oleh responden.

3. Penelitian ini hanya dilakukan pada masyarakat di Jawa Tengah, selain itu penelitian ini hanya menggunakan sampel sebanyak 105 responden sehingga untuk menganalisa masih lemah.

### **5.3. Implikasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa implikasi yaitu implikasi praktis dan implikasi teoritis. Berikut dijelaskan implikasi dalam penelitian ini yaitu :

#### **5.3.1 Implikasi Praktis**

1. Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPayLater  
Kepercayaan juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan SPayLater. Konsumen cenderung lebih yakin menggunakan layanan ini jika mereka percaya pada reputasi Shopee, keamanan data pribadi, dan kejelasan informasi transaksi. Oleh karena itu, Shopee perlu membangun kepercayaan dengan meningkatkan transparansi informasi, menjaga konsistensi pelayanan, serta memberikan jaminan keamanan pada setiap transaksi. Hal ini sangat penting karena rasa percaya konsumen dapat mendorong loyalitas dan penggunaan berulang.

## 2. Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPayLater

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater. Hal ini menandakan bahwa semakin mudah proses transaksi yang ditawarkan, semakin besar pula kecenderungan konsumen di Jawa tengah untuk menggunakan layanan ini. Implikasi praktisnya, shopee perlu terus mengoptimalkan tampilan aplikasi yang sederhana, proses checkout yang cepat, serta fitur pembayaran otomatis agar konsumen merasa nyaman dan tidak terbebani ketika melakukan transaksi.

## 3. Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPayLater

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater. Semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan konsumen, semakin kecil kemungkinan mereka memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut. Implikasi praktisnya, shopee harus meminimalkan potensi risiko, misalnya dengan menghadirkan layanan pelanggan yang responsif, sistem komplain yang jelas, serta perlindungan konsumen dari penipuan. Dengan demikian, rasa khawatir konsumen dapat ditekan sehingga keputusan pembelian tetap terjaga.

#### 4. Keamanan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPayLater

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan SPayLater. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen di Kebumen sudah menganggap sistem keamanan Shopee cukup baik, sehingga faktor keamanan tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan. Implikasi praktisnya, Shopee tetap perlu menjaga standar keamanan transaksi, namun fokus pengembangan strategi pemasaran sebaiknya diarahkan pada aspek kemudahan dan kepercayaan yang terbukti lebih dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian.

#### 5. Kepercayaan, Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPayLater

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kemudahan, kepercayaan, persepsi risiko, dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater di Jawa Tengah. Artinya, kombinasi dari faktor-faktor tersebut mampu memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, perusahaan perlu memperhatikan keempat aspek tersebut secara terpadu, karena meskipun terdapat variabel yang secara parsial tidak berpengaruh

signifikan, namun secara simultan tetap memberikan kontribusi penting terhadap peningkatan keputusan pembelian melalui layanan SPayLater.

### 5.3.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada bab-bab terdahulu maka penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut :

1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPayLater.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini memperkuat teori Mayer et al. (1995) yang menekankan bahwa rasa percaya dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan konsumen dalam melakukan transaksi. Secara teoritis, temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya berfungsi sebagai faktor psikologis, tetapi juga menjadi landasan penting dalam pengambilan keputusan pembelian di era digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aminatus Zahroh et al. (2023) yang menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian penggunaan SPayLater.

2. Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SpayLater.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater. Hal ini mendukung teori Davis (1989) yang menyatakan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi pula niat dan keputusan konsumen untuk mengadopsinya. Secara teoritis, temuan ini menegaskan bahwa kemudahan tidak hanya sebatas fitur teknis, tetapi juga menjadi faktor psikologis yang meningkatkan kenyamanan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Canestren & Saputri (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater.

3. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SpayLater.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee PayLater. Hal ini sejalan dengan teori Winaldi (2021) yang menyatakan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan konsumen, semakin kecil kemungkinan mereka untuk mengambil keputusan pembelian. Secara teoritis, temuan ini memperluas pemahaman bahwa persepsi risiko dalam konteks e-commerce tidak hanya terkait dengan aspek finansial, tetapi juga dengan

privasi dan keamanan data. Temuan ini didukung oleh penelitian Ramadhan et al. (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan SPayLater.

4. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SpayLater.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara teoritis, meskipun teori Setiawan & Fauziah (2017) menekankan pentingnya perlindungan data dan keamanan transaksi dalam mendorong keputusan konsumen, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pada konteks SPayLater, konsumen di Kebumen sudah merasa sistem keamanan Shopee cukup memadai, sehingga faktor ini tidak lagi menjadi pertimbangan utama. Dengan demikian, hasil ini memperluas literatur bahwa keamanan dapat berperan berbeda tergantung konteks, reputasi platform, dan persepsi konsumen.

5. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPayLater.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, persepsi risiko, dan keamanan berpengaruh signifikan secara simultan. Artinya, secara bersama-sama faktor kepercayaan,

kemudahan, persepsi risiko, dan keamanan mampu memengaruhi konsumen di Jawa Tengah dalam menggunakan SPayLater sebagai metode pembayaran pada saat mengambil keputusan pembelian menggunakan SpayLater.

