



Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman *Online* Shopee Paylater

Silvy Waroka¹, Arif Fadila²

¹. Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang

². Dosen Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 21 Juli 2022

Revised: 24 Juli 2022

Accepted: 28 Juli 2022

“The Influence of Trust and Life Style on Purchasing Decision in the Online Loans Shopee Paylater”, Thesis of Management Study Program, Facultu of Economics, University of Singaperbangsa Karawang. The purpose of this study is to find out, analyse, and explain the description of each variable, the magnitude of the relationship between Trust and Life Style on the Customer Shopee Paylater, and the amount of influence partially and simultaneously Trust and Life Style on Online Loans Shopee Paylater. By using quantitative methods and using descriptive analysis and verification. The analysis tool used is path analysis (path analysis). Samples taken were 170 respondents. Data collection techniques used are literature and field data collection by distributing questionnaires online. The results showed that Trust and Life Style have a strong relationship. As well as Trust and Life Style have a positive and significant effect on Purchasing Decision on Online Loans Shopee Paylater.

Keywords: *Trust, Life Style, Purchasing Decision, Shopee, Shopee Paylater*

(*) Corresponding Author: silvywaroka.999@gmail.com Hp 085889381457

How to Cite: Waroka, S., & Fadila, A. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(12), 619-624. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7518858>.

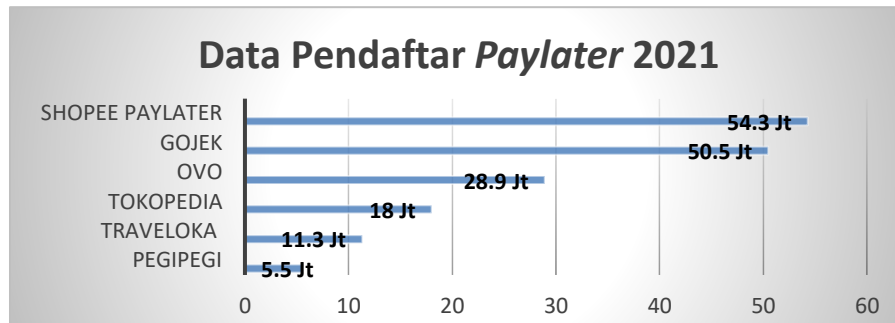
PENDAHULUAN

Dunia teknologi informasi dan komunikasi yang terus meningkat dan berkembang. Dalam kehidupan sehari-hari internet memiliki kaitan yang sangat erat di era masa kini yang serba digital. Agar lebih efektif dan efisien dalam mengerjakan maupun menghubungkan berbagai macam kegiatan manusia, internet digunakan sebagai alat bantu oleh semua kalangan.

Dunia bisnis semakin berkembang setelah kehadiran internet dan munculnya *e-commerce* di Indonesia. Dulu, masyarakat melakukan transaksi secara tatap muka. Kini dunia digital menggantikan itu semua menjadi jual beli *online*. Dengan hadirnya teknologi internet yang semakin maju dan berkembang dengan pesat inilah yang menciptakan perubahan perilaku dikalangan masyarakat. Perubahan perilaku dapat dilihat dari masyarakat yang senang dan terbiasa berbelanja *online*, proses jual beli *online* semakin nyaman setelah hadirnya *electronic commerce* di Indonesia. dalam dunia perdagangan wujud kemajuan teknologi mengenai pemenuhan kebutuhan yaitu dengan adanya berbagai macam *marketplace* salah satunya yaitu Shopee.



Shopee menjadi salah satu marketplace yang paling disenangi oleh masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dengan data empirik yang didapatkan dari katadata.co.id (2021), dimana jumlah pengunjung shopee sebanyak 127,4 juta sepanjang tahun 2021. Shopee ialah *marketplace* yang dibuat dalam bentuk aplikasi, beroperasi di bidang perdagangan secara *online* yang mudah diakses lewat ponsel. Shopee memiliki banyak pilihan dan macam produk dari sandang, pangan, dan papan.



Gambar 1. Data Pendaftar *Paylater* 2021

Marketplace Shopee memiliki berbagai metode transaksi pembayaran, salah satunya yaitu metode pembayaran Shopee paylater dengan tagline bayar nanti. Dengan adanya layanan paylater membuat masyarakat tergiur dan mulai menggunakan layanan Shopee paylater yang di buktikan dengan tingginya data pendaftar Shopee paylater sebanyak 54,3 juta pendaftar yang bersumber dari (Katadata, 2021).

Shopee paylater tidak hanya memberikan keuntungan dan kemudahan saja, tetapi fitur ini juga memiliki berbagai resiko permasalahan. Berdasarkan mediakonsumen.com (2021) beberapa masalah diantaranya yaitu: permasalahan terlilit hutang, keterlambatan pembayaran akan dikenakan denda, reputasi yang buruk karena penunggakan yang berpengaruh pada bank Indonesia checking, data identitas tersebar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mahkota, 2014) Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variabel kepercayaan dan kenyamanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*, dan berdasarkan penelitian menurut (Erdawati, 2020) Hasil penelitian memperlihatkan semua variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui shopee.

Untuk itu tujuan dari adanya penelitian ini ingin melihat apakah kepercayaan dan gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian dan penulis tertarik untuk mengangkat judul “Pengaruh Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Memnggunakan Pinjaman *Online* Shopee *Paylater*”.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis memakai metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian ini tidak diketahui secara pasti mengenai jumlah data yang tersebar di masyarakat yang pernah mendaftar atau menggunakan fitur pinjaman *online* Shopee *paylater*, maka dari itu peneliti menentukan populasi pada

penelitian kali ini menggunakan jumlah para pendaftar Shopee *paylater* yang kisaran jumlahnya sebanyak 54.000.000+ (Skotadata.co.id, 2020).

Pada penelitian kali ini, ukuran sampel diambil menggunakan rumus Hair et al. Karena jumlah populasi yang belum diketahui secara pasti. Rumus Hair et al. merupakan sampel 5 kali dari jumlah indikator dan untuk mendapatkan responden yang sesuai, maka disarankan jumlah sampel yang sesuai pula antara 100 – 200 responden. Sehingga, dengan jumlah indikator sebanyak 34 butir dikali 5 dan melewati perhitungan berdasarkan rumus diatas di dapatkan jumlah sampel dari penelitian ini yaitu sebanyak 170 responden. Untuk mendapatkan jumlah sampling, teknik yang digunakan ialah teknik non probability sampling dengan metode pengambilan yaitu purposive sampling.

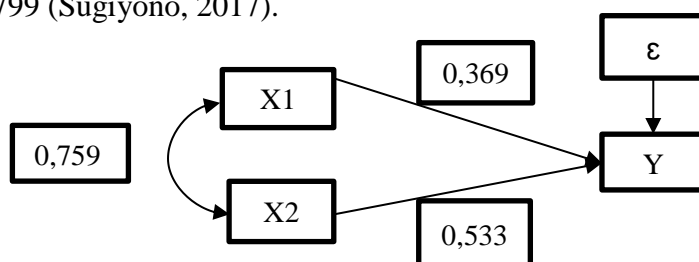
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian kali ini uji kelayakan dilaksanakan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas variabel Kepercayaan (X1) menunjukkan bahwa semua indikator yang berjumlah 8 indikator, yang dimana r hitung $\geq 0,3$ dan keseluruhan item indikator dinyatakan valid. Variabel Gaya Hidup (X2) menunjukkan bahwa semua indikator yang berjumlah 14 indikator, yang dimana r hitung $\geq 0,3$ dan keseluruhan item indikator dinyatakan valid. Variabel Keputusan Pembelian 0,3 dan keseluruhan item indikator dinyatakan valid. Variabel Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan bahwa semua indikator yang berjumlah 12 indikator, dimana r hitung $\geq 0,3$ dan keseluruhan item indikator dinyatakan valid. Untuk uji reliabilitas ketiga variabel yang diteliti pada penelitian ini dinilai reliabel dimana masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6. Variabel Kepercayaan (X1) 0,768, Gaya Hidup 0,746, Keputusan Pembelian (Y) 0,742 yang berarti alat ukur dalam penelitian ini yaitu alat ukur yang konsisten dan dapat di percaya.

Hasil uji normalitas pada penelitian ini yaitu 34 pernyataan dari variabel Kepercayaan, Gaya Hidup, serta Keputusan Pembelian memiliki nilai di atas 0,05 yaitu 0,168 yang dapat diartikan data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

Pembahasan dari metode deskriptif pada penelitian ini yaitu tentang masing-masing variabel. Pada indikator variabel Kepercayaan memiliki total skor dari 8 indikator pernyataan sebesar 5.487 dan rata-rata skor sebesar 730,8 yang berada pada rentang skala 714 – 850 dengan kriteria Sangat Setuju/Sangat Baik artinya Kepercayaan para pendaftar Shopee *Paylater* dinilai sangat baik oleh responden. Variabel Gaya Hidup memiliki total skor dari 14 indikator pernyataan sebesar 10.126 dan rata-rata skor sebesar 723,2 yang berada pada rentang skala 714 – 850 dengan kriteria Sangat Setuju/Sangat Baik artinya para pengguna Shopee *Paylater* Sangat Setuju terhadap variabel Gaya Hidup yang mencerminkan Gaya Hidup para penggunanya. Variabel Keputusan Pembelian memiliki total skor dari 12 indikator pernyataan sebesar 8.756 dan rata-rata skor sebesar 729,6 yang berada pada rentang skala 714 – 850 dengan kriteria Sangat Setuju/Sangat Baik artinya para pengguna Shopee *Paylater* Sangat Setuju terhadap variabel keputusan pembelian menggunakan pinjaman *online Shopee Paylater*.

Pembahasan dari metode verifikatif dalam penelitian ini yaitu Korelasi antara Kepercayaan dengan gaya Hidup memiliki koefisien korelasi sebesar 0,759 da memiliki tingkat hubungan yang kuat dan bilainya positif karena berada pada di interval koefisien 0,60 – 0,799 (Sugiyono, 2017).



Gambar 2. Analisis Jalur (Path Analysis) Kepercayaan (X1) Gaya Hidup (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan gambar 1. memperlihatkan bahwa korelasi antara Kepercayaan dan Gaya Hidup sebesar (0,759) dan besaran derajat positif asosiatif atau koefisien jalur variabel Kepercayaan (0,369) lebih kecil dibandingkan dengan variabel Gaya Hidup (0,533).

Pengaruh Parsial Kepercayaan terhadap Keputusan pembelian berdasarkan penelitian yang dilaksanakan dapat diketahui bahwa hasil analisis jalur sebesar 0,369 dengan nilai tersebut meunjukkan bahwa kontribusi variabel Kepercayaan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu 0,369 dan pengaruh total langsung maupun tidak langsung Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian ialah sebesar 0,285 hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif Kepercayaan terhadap Keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh secara Parsial variabel Gaya Hidup memiliki koefisien jalur sebesar 0,533 dengan nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi variabel Gaya Hidup dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu 0,533 dan pengaruh total langsung maupun tidak langsung Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar 0,433 hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilaksanakan, dapat diketahui bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Pengaruh Simultan Kepercayaan (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), berdaasarkan penelitian yang dilaksanakan menunjukkan bahwa total pengaruh yang dikarenakan Kepercayaan (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) ialah sebesar 0,718 atau 7,18% sedangkan sisanya 0,282 atau 2,82% merupakan kontribusi variabel lain (ϵ) yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan pada pengujian hipotesis yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa Kepercayaan dan Gaya Hidup berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN

Kepercayaan para pendaftar Shopee *Paylater* memiliki nilai skor rata-rata 730,8 dengan kriteria Sangat Setuju. Gaya Hidup para pendaftar Shopee *Paylater* memiliki nilai skor rata-rata sebesar 723,2 dengan kriteria Sangat Setuju.

Terdapat korelasi antara variabel bebas dengan nilai 0,759, dengan demikian korelasi antara Kepercayaan dan Gaya Hidup memiliki tingkat hubungan yang kuat dan dua arah karena memiliki nilai yang positif dan berada pada interval 0,60 – 0,799 dengan kategori kuat. Dapat diartikan bahwa variabel Kepercayaan memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel Gaya Hidup.

Terdapat pengaruh parsial variabel Kepercayaan dan Gaya Hidup pada para pendaftar Shopee *Paylater*. Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Kepercayaan memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian lebih kecil dengan perolehan nilai 0,369 atau 36,9%, sedangkan untuk variabel Gaya Hidup memiliki kontribusi terhadap Keputusan Pembelian lebih besar dengan perolehan nilai sebesar 0,533 atau 53,3%.

Terdapat pengaruh simultan Kepercayaan dan Gaya Hidup pada para pendaftar Shopee *Paylater* sebesar 0,718 atau 71,8% dan sisanya sebesar 0,282 atau 28,2% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu maka variabel Kepercayaan dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman *Online* Shopee *Paylater*.

SARAN

Saran Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta pertimbangan dalam upaya meningkatkan, mengacu pada variabel Kepercayaan berdasarkan indikator terendah yakni sikap perusahaan dalam mendengarkan keinginan konsumen sebaiknya Shopee dalam fitur Shopee *Paylater* lebih bisa mendengarkan keinginan maupun keluhan para penggunanya untuk meningkatkan kepercayaan pengguna Shopee dalam bertransaksi menggunakan Shopee *Paylater*, dan mengacu pada variabel Gaya Hidup berdasarkan indikator terendah yakni kegiatan sosial sebaiknya Shopee dalam fitur Shopee *Paylater* ikut serta mendukung dalam kegiatan sosial dengan memberi fasilitas *Paylater* dalam kategori pangan di Shopee.

Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penelitian ini hendaknya dijadikan acuan dan penambah wawasan mengenai penelitian, dan peneliti selanjutnya dapat meneliti objek dan lokus penelitian yang berbeda terutama pada *E-commerce* lain. Agar pembahasannya lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

- Pradana, M. (2015). *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*. 27(2), 163–174.
Suroso, A. (2014). *Pengaruh keragaman produk, harga dan promosi terhadap keputusan*

pembelian pada toko joyshop malang. 1–5.

Sugiyono. (2017). *prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro (PDFDrive).pdf.*

Erdawati. (2020). *Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee Influence Of Lifestyle , Advertising And Prices On Online Purchase Decisions Through Shopee.* 8(September), 365–371.

Katadata. (2020). *katadata.co.id.* Katadata.Co.Id. <https://www.katadata.co.id>

Mahkota, A. P. (2014). (*Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc*). 8(2).

Skotadata.co.id. (2020). *No Title.* Skotadata. <https://www.skotadata.co.id>