

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1. 1 Latar Belakang**

Pada era digital sekarang teknologi sudah semakin maju dan berkembang. Kita dapat memakai ponsel buat segala sesuatu yang kita butuhkan dengan simple, cepat serta instan. Misalnya seperti transaksi pembayaran, tunggangan ojek online, pemesanan kuliner, pencarian alamat, bahkan kita juga mampu belanja kebutuhan sehari-hari melalui aplikasi online (Firdaus, 2020). Tidak heran bila kegiatan sehari-hari seseorang banyak bergantung serta bergerak dengan teknologi dan internet. Bahkan, ponsel sekarang lebih penting untuk dibawa kemana-mana dibandingkan barang lainnya karena masyarakat cenderung menggunakannya untuk belanja di *e-commerce* yang sudah ada diponsel.

Perkembangan teknologi itu sendiri mampu menggambarkan pertumbuhan ekonomi dari suatu negara. Semakin tinggi perkembangannya teknologinya maka semakin tinggi pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Perkembangan teknologi informasi ini juga memiliki pengaruh negatif dan positif. Contohnya di negara Indonesia sendiri, dimana masih banyak penyalahgunaan teknologi untuk melakukan kejahatan, khususnya teknologi berbasis perdagangan ini atau *e-commerce*. Dengan demikian, walaupun pada awalnya diciptakan untuk menghasilkan hasil yang positif, di sisi lain juga memungkinkan digunakan untuk hal yang negatif (Rahma, 2017)

Pengaruh positifnya yaitu adalah lebih cepat, mudah dan nyaman dalam pembelian, pilihan produk atau layanan terus ditingkatkan, memiliki akses yang lebih banyak, mengurangi waktu dan biaya promosi dari produk yang dipasarkan

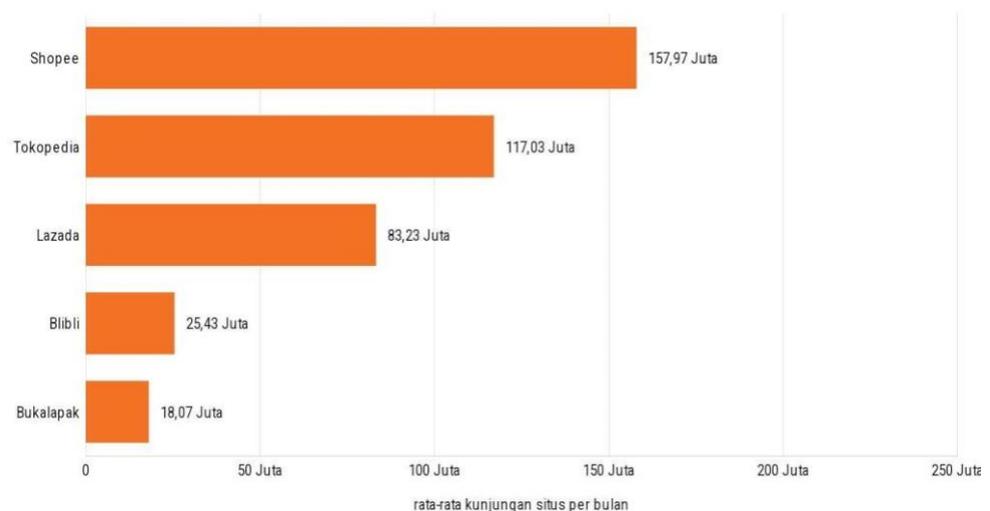
karena tersedianya informasi menyeluruh di internet. Semakin banyak manusia yang bekerja dan beraktifitas di rumah dengan menggunakan internet berarti menguangi perjalanan untuk bekerja, belanja dan aktivitas lainnya. Lalu untuk pengaruh negatifnya adalah tidak semua orang mempunyai akses internet, konsumen takut penjual yang belum diketahui atau dikenal, tampilan produk yang kurang jelas, kurang aman dalam melakukan transaksi dan sering dijadikan untuk melakukan tindak kejahatan, seperti penipuan, pencurian kartu kredit, scam, skimming, pencurian data pribadi dan penyalahgunaan data pribadi milik konsumen.

Kehadiran *e-commerce* di Indonesia membuat dunia bisnis semakin berkembang. Pada zaman dahulu orang-orang bertransaksi dengan cara bertatap muka. Penjual bertemu dengan pembeli lalu bernegosiasi harga, dan terjadilah transaksi. Kini seiring berjalannya waktu dan perubahan zaman, cara tersebut mulai teralihkan dengan adanya dunia digital yang menggantikan itu semua dengan prosesnya yang serba cepat, mudah, dan praktis. Kehadiran *e-commerce* di Indonesia membuat konsumen tak perlu lagi datang ke toko untuk melihat produk. Mereka cukup melihat *e-commerce* yang dituju kemudian melihat katalog produk yang disediakan lalu membayar dengan metode pembayaran yang tersedia. Belum lagi keamanan yang cukup canggih sehingga data konsumen terlindungi. Sehingga tidak heran apabila banyak konsumen yang sangat nyaman dengan hadirnya *e-commerce* di Indonesia.

*E-commerce* yang menawarkan banyak kemudahan terhadap konsumen belum tentu berhasil hanya dengan membuat website toko online, namun konsumen secara personal juga akan menilai dan menentukan perilaku apa yang

akan mereka ambil berdasarkan penilaian mereka terhadap suatu situs *e-commerce*, apakah konsumen akan percaya dan selanjutnya dengan senang hati bertukar informasi pribadi dengan situs *e-commerce*, dan bertransaksi atau tidak. Para pembeli online sangat hati-hati, dan dengan ancaman kecurangan online, mereka memiliki alasan untuk berperilaku demikian. Pada dasarnya, banyak pembeli tidak percaya pada situs, kecuali jika perusahaan dapat membangun kepercayaan pengunjung atas situs terkait. Pengunjung mulai mengevaluasi kredibilitas situs begitu mereka memasukinya.

Di Indonesia sendiri sudah banyak jenis *e-commerce* yang sudah berkembang, seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Buka Lapak, Blibli, dan lain sebagainya. Namun berkembangnya *e-commerce* ini dikuasai oleh platform Shopee. Dikarenakan platform Shopee memiliki *feedback* terbaik dari konsumen mulai dari segi kualitas ataupun pelayanan dengan jumlah peminat yang meningkat setiap bulannya.



**Gambar 1. 1 Rata-Rata Kunjungan Situs Per bulan**

*Sumber :Similiarweb (2023)*

Berdasarkan data SimilarWeb, aplikasi belanja Shopee masih mempertahankan dominasi di pasar *e-commerce* Indonesia. Shopee adalah sebuah platform *e-commerce* di mana kita bisa berbelanja berbagai keperluan, sekaligus menemukan toko dan penjual baru secara online. Shopee merupakan *e-commerce* dengan jumlah kunjungan situs terbanyak di Indonesia pada 2023. *Marketplace* Shopee adalah aplikasi belanja online yang sangat mudah diakses oleh masyarakat. Selain proses transaksi yang sangat sederhana dan terkini Shopee juga menawarkan serangkaian fitur hebat seperti *Shopee Live*, *Shopee Mall*, *Shopee Super Market Flash Sale Seribu*, *Cashback* dan voucher, *Shopee Games*, *Shopee Loyalty* dan yang terbaru *Shopee PayLater*, *Shopee PayLater* adalah metode pembayaran pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim dan telah disetujui oleh pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *PayLater* adalah salah satu jenis layanan pembiayaan digital untuk konsumen. Dengan layanan ini, konsumen bisa membeli suatu produk, kemudian membayarnya dalam 30 hari atau mencicil selama periode waktu tertentu.

Penggunaan *paylater* dapat menyebabkan risiko. Menurut Sciffman dan Kanuk Risiko merupakan ketidakpastian yang akan dihadapi oleh konsumen ketika tidak dapat memprediksi konsekuensi negatif saat melakukan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa (Winaldi, 2021). Jangkawaktu pembayaran *Shopee Paylater* yang beragam yang dapat dipilih oleh konsumen. Dan diharapkan dengan tenor waktu yang telah ditentukan, konsumen dapat melakukan pembayaran tersebut tepat waktu. Jika pada saat tempo waktu yang ditentukan belum membayar tagihan tersebut, maka konsekuensi yang akan diterima oleh konsumen adalah pembatasan akses fungsi di aplikasi yang

menyebabkan fitur *paylater* ini tidak bisa digunakan kembali. Hal tersebut merupakan risiko waktu yang akan diterima oleh konsumen yang akan menjadi pertimbangan bagi pengguna Shopee *Paylater*. Risiko waktu berkaitan dengan kekhawatiran kerugian hilangnya atau tersia-siakanya waktu akibat pembelian atau penggunaan suatu produk dan jasa menurut Sciffman dan Kanuk (Winaldi, 2021). Secara tidak langsung risiko waktu dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*. Hal ini mendukung penelitian Winaldi (2021) yang mengatakan bahwa risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*.

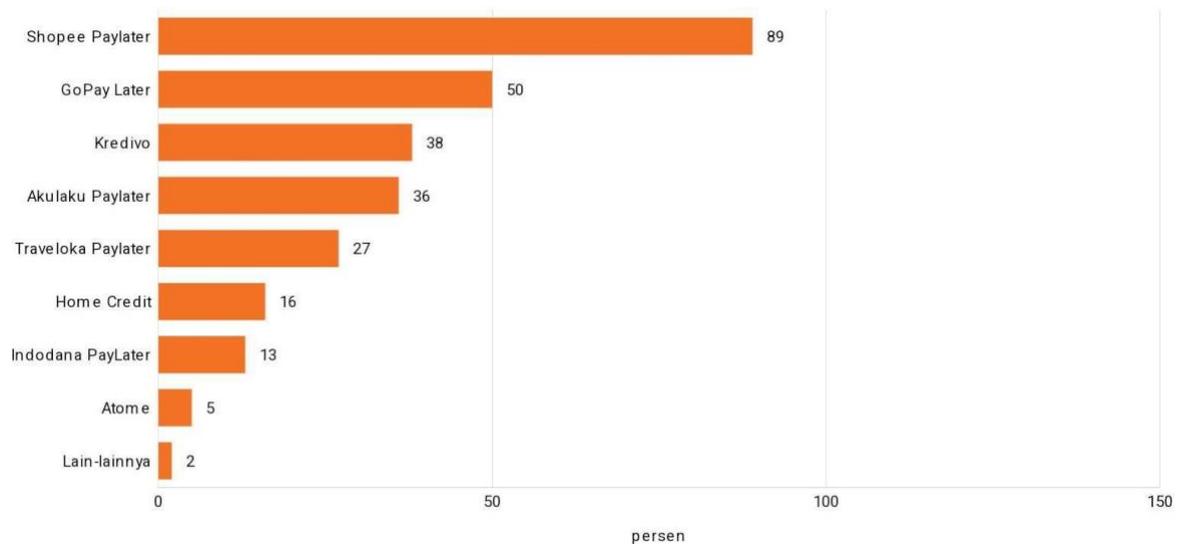
Keputusan pembelian merupakan suatu sikap yang diambil saat konsumen sudah yakin untuk membeli dan melakukan transaksi di media online. Sebelum memutuskan untuk membeli, konsumen terlebih dahulu harus memilih produk atau jasa yang akan diambil. Langkah dalam mengambil keputusan pembelian tersebut tidak dapat dipisahkan dari sikap pada diri konsumen, jadi hal tersebut berdasarkan terbiasanya konsumen dalam melakukan keputusan pembelian (Kotler dan Armstrong, 2014:158) dalam Siti Aisah (2022). Dalam melakukan pembelian produk tentunya banyak faktor yang mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian salah satunya kepercayaan. Jika rasa percaya konsumen terhadap fitur Shopee *paylater* tinggi, maka semakin yakin pula konsumen untuk menggunakan fitur tersebut. Modal utama untuk menuju suatu kesuksesan dalam suatu bisnis terutama bisnis online *e-commerce* adalah kepercayaan (Pratama, 2015). Dalam kegiatan bisnis saling percaya menjadi salah satu syarat utama, apalagi *e-commerce* di masa ini sudah berkembang pesat

(Ardiansyah, 2017). Maka dari itu konsumen terlebih dahulu harus mempunyai keberanian untuk melaksanakan transaksi pada media online, karena konsumen harus menjauhkan informasi asimetris yang selalu digunakan beberapa pihak untuk melakukan kejahatan. Saat ini sudah sering terjadi penipuan online, terutama dalam penggunaan transaksi belanja dan pinjaman di media online. Jadi, jika konsumen belum mempercayai suatu platform maka hal tersebut memicu tidak akan ada keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Fanny dan Sri (2020) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.

Dalam menggunakan *e-commerce*, mengharuskan pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sebelum menggunakannya. Konsumen mempercayai aplikasi shopee untuk menggunakan layanan Shopee *PayLater* karena memberikan kemudahan dalam mengaksesnya serta telah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga konsumen memiliki rasa aman. Menurut Kotler Keller kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor interpersonal dan antar organisasi. Seperti kemampuan, integritas, kejujuran dan kebaikan (Canestren dan Saputri, 2021). Dan dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kemauan konsumen untuk mempercayai sebuah produk atau jasa dengan segala risikonya karena ada suatu harapan untuk memperoleh hasil yang positif bagi konsumen. Kepercayaan merupakan faktor penting yang mendukung konsumen untuk melakukan transaksi, terutama dalam pembayaran

digital. Banyak yang beranggapan bahwa pihak penyedia telah memperhatikan risiko keamanan dan kerahasiaan. Namun, ada juga sebagian besar yang belum memahami akan risiko tersebut. Kepercayaan terhadap fitur Shopee *Paylater* akan menentukan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Di era digital, kemajuan teknologi khususnya dalam teknologi informasi telah membawa banyak perubahan, termasuk di bidang keuangan. *Financial Technology* atau *Fintech* diharapkan dapat mempermudah transaksi keuangan. Perusahaan *FinTech* dan perusahaan *e-commerce* telah melakukan beberapa inovasi terkait layanan pembayaran alternatif berbasis kredit online yaitu *PayLater*. *PayLater* adalah metode pembayaran berupa pinjaman online tanpa kartu kredit yang sekilas mirip sistem kredit pada perbankan konvensional. Dengan adanya *PayLater* ini, memungkinkan konsumen untuk membeli suatu barang dengan membayarnya di kemudian hari, baik dengan sekali bayar maupun secara mencicil. Selain menggunakan kartu kredit atau debit serta metode transfer mobile, metode baru ini dapat menjadi salah satu pilihan pembayaran digital. Diikuti dengan semakin banyaknya kebutuhan masyarakat, saat ini *PayLater* menjadi salah satu metode pembayaran yang diminati masyarakat yang memiliki anggaran terbatas (Winaldi 2021).



**Gambar 1. 2 Persentase Layanan Paylater**

*Sumber : Populix (2023)*

Berdasarkan laporan Populix 2023, layanan *paylater* yang memiliki brand *awareness* tertinggi adalah *Shopee Paylater*. Merek tersebut diketahui oleh 89% responden, paling banyak dibanding *paylater* lain. Selain paling populer, *Shopee paylater* juga paling banyak digunakan. Dari 45% responden yang mengaku pernah menggunakan *paylater*, 77% di antaranya menjawab pernah menikmati layanan *Shopee paylater*.

*Shopee paylater* adalah salah satu bentuk dari *e-wallet* atau dompet digital. *E-wallet* adalah uang elektronik yang berbasis pada server. *E-wallet* berbentuk sebuah aplikasi yang ada pada *smartphone*. Ketika mengakses *e-wallet* juga biasanya pengguna membutuhkan internet sehingga berbeda dengan *e-money*. Singkatnya, jika *e-money* secara fisik bisa dimiliki dan dipegang, *e-wallet* justru tertanam atau ada di dalam *handphone* penggunanya.

Dilansir dari laman resmi *shopee*, *shopee paylater* merupakan metode pembayaran *shopee* selain transferbank, kartu kredit atau *shopeepay*. Melalui metode *shopee paylater*, pengguna aktif *shopee* mendapatkan kemudahan

berbelanja berupa pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim. Berbeda dengan metode shopeepay yang bisa aktif secara otomatis, shopee *paylater* hanya bisa dinikmati oleh pengguna aktif aplikasi shopee yang memenuhi syarat (Siregar et al., 2023). Kelebihan *paylater* sendiri yaitu mudah dan efisien untuk digunakan dan dapat menjadi alternatif untuk menutupi kebutuhan mendesak. Belum lagi dengan adanya promo yang menarik seperti gratis biaya penanganan dan sebagainya. Namun dibalik mudahnya *paylater*, kita juga perlu mengetahui bahayanya menggunakan *paylater* seperti bunganya yang cukup tinggi, membangun kebiasaan berutang dan juga risiko keamanan data pengguna. Hal itu perlu dipelajari sehingga pengguna sudah siap dengan segala risiko yang ada.

Selain akun Shopee sudah terverifikasi dalam 3 bulan dan juga mempunyai E-KTP, syarat pengajuan shopee *paylater* adalah dengan mencantumkan alamat serta kontak darurat atau *emergency contact* dari konsumen. Hal ini bertujuan agar apabila dalam proses pinjaman sudah jatuh tempo dan penanggung tidak dapat dihubungi, maka pihak Shopee *paylater* akan menghubungi keluarga dan kerabat terdekat. Dalam hal ini berkaitan dengan risiko sosial. Menurut Schiffman dan Kanuk risiko sosial berhubungan dengan kekhawatiran konsumen terhadap pendapat orang lain atas pembelian suatu produk atau jasa (Winaldi, 2021). Risiko sosial yang akan diterima konsumen adalah rasa malu ketika tidak bisa membayar tagihan setelah lewat jatuh tempo. Hal ini mendukung penelitian Canastren & Saputri (2021) yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee *paylater*.

Namun dalam menggunakan metode pembayaran *paylater* ini tentunya juga ada kekurangannya. Diantaranya yaitu mengenai pengaruh risiko dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*. Jika pelanggan membeli barang atau produk menggunakan metode pembayaran *paylater* dengan konsep ‘Beli sekarang bayar nanti’, dengan kata lain bisa mencicil dengan pilihan 1 kali cicilan, 3 kali cicilan, 6 kali cicilan dan 12 kali cicilan. Akan tetapi dalam cicilannya pun ada tambahan biayanya. Dengan kata lain bisa disebut bunga, bunga dalam shopee *PayLater* yaitu 2,95% perbulannya. Untuk setiap jatuh temponya itu ada dua pilihan, setiap tanggal 5 atau 25 perbulannya. Jika ada keterlambatan dalam membayar pun dikenakan biayanya sendiri yaitu 5% perbulan dari seluruh total tagihannya.

Pada metode pembayaran shopee *paylater* sangat mempermudah masyarakat pengguna *marketplace*. Dalam metode pembayaran kekinian ini konsepnya adalah ‘Beli sekarang bayar nanti’. Banyak masyarakat yang dituntut untuk memenuhi kebutuhannya karena kondisi keuangan yang tidak stabil. *Paylater* ini banyak disukai oleh masyarakat karena mempermudah untuk memenuhi kebutuhannya. *Paylater* membuat nyaman dan mudah untuk para penggunanya karena bisa mengakses tanpa kartu kredit. Metode pembayaran *paylater* harus digunakan dengan hati-hati jika tidak ada resiko yang harus ditanggung oleh diri sendiri (Prastiwi & Fitria, 2021).

Meningkatnya tingkat belanja online dengan berbagai pilihan pembayaran terutama *paylater* yang telah disediakan, telah memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online. Berbelanja

online yang semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan menguntungkan.

Fenomena yang sering terjadi saat ini terkait kebutuhan dan keinginan mahasiswa sudah semakin meningkat. Dikarenakan gaya hidup yang lebih diutamakan dibandingkan kebutuhan. Hal ini terjadi karena di era digital sudah banyak trend yang sudah diupdate. Sehingga mendorong mahasiswa untuk selalu mengikuti trend tersebut. Hal tersebut mengakibatkan mahasiswa mengalami krisis keuangan. Dengan adanya fitur *paylater* ini tentu sangat membantu dan mempermudah mahasiswa dalam menangani krisis keuangan untuk memenuhi keinginannya dalam melakukan keputusan pembelian. Mahasiswa merupakan salah satu pengguna internet terbanyak. Mahasiswa juga dikenal kritis dan dapat sangat mudah menerima setiap perkembangan teknologi terutama mahasiswa yang menggunakan *smartphone* yang dapat dengan mudah mengakses aplikasi Shopee. Oleh karena itu mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan teknologi *paylater*.

Penggunaan teknologi *paylater* kini telah digunakan pada kalangan mahasiswa, khusus nya dikalangan mahasiswa di Banjarmasin yaitu pada kampus Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin. Kebutuhan mahasiswa yang semakin meningkat dan juga keinginan untuk memiliki produk yang sedang trend menyebabkan beberapa mahasiswa akhirnya memutuskan menggunakan metode pembayaran *paylater* ini. Hal ini dikarenakan mereka dapat membeli barang sekarang dan membayarnya nanti, pada proses pembayaran cicilan mahasiswa dapat memilih jangka waktu pembayaran cicilan *paylater* dengan pilihan 1x cicilan, 3x cicilan, 6x cicilan dan 12x cicilan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas sebagai langkah awal penulis melakukan penelitian, penulis melakukan wawancara kepada 10 Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin sebagai sampel dalam observasi awal dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1 Data Transaksi Shopee Paylater Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin**

No	Jenis Kelamin	Tanggal Terakhir Transaksi	Jumlah Transaksi Pembelian Di Marketplace Shopee Selama Satu Tahun Terakhir
1	Laki-Laki	19 Januari 2024	>3 kali
2	Laki-Laki	13 Januari 2024	>3 kali
3	Laki-Laki	3 Februari 2024	>3 kali
4	Laki-Laki	25 Februari 2024	>3 kali
5	Laki-Laki	24 Desember 2023	>3 kali
6	Laki-Laki	11 November 2023	>3 kali
7	Laki-Laki	7 Maret 2024	>3 kali
8	Laki-Laki	12 Januari 2024	>3 kali
9	Laki-Laki	9 Februari 2024	>3 kali
10	Perempuan	6 Februari 2024	>3 kali
11	Perempuan	11 Februari 2024	>3 kali
12	Perempuan	18 Februari 2024	>3 kali
13	Perempuan	4 Februari 2024	>3 kali
14	Perempuan	12 Desember 2023	>3 kali
15	Perempuan	4 Maret 2023	>3 kali
16	Perempuan	16 Februari 2023	>3 kali
17	Perempuan	8 Desember 2023	>3 kali

18	Perempuan	20 Maret 2024	>3 kali
19	Perempuan	1 Februari 2024	>3 kali
20	Perempuan	29 Januari 2024	>3 kali

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Hasil dari wawancara 20 mahasiswa di kampus Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin, mereka memakai layanan *paylater* dengan motif ingin mendapat promo seperti *cashback* saldo shopeepay jika menggunakan *paylater*. Alasan lain juga karena *paylater* dapat memudahkan mereka bertransaksi ketika belum memiliki dana diawal. Namun juga beberapa dari mereka mengaku banyak kendala dalam penggunaan *spaylater*, sehingga tingkat kepercayaan berkurang, hingga resiko yang tidak terduga terhadap penggunaan *spaylater*.

Dikalangan mahasiswa STIMI Banjarmasin transaksi pembelian di shopee pembayarannya menggunakan metode *paylater* banyak yang dipertimbangkan salah satunya adalah dari kepercayaan. Kepercayaan ini menyangkut tentang keamanan data pribadi dan kejelasan pembayaran yang harus dibayar selain cicilan terdapat bunga dan administrasinya. Jadi kepercayaan itu muncul dari apa yang ditawarkan pihak shopee *paylater* kepada pengguna *paylater*. Sedangkan jika dilihat dari risiko adalah bunga yang ditawarkan oleh pihak shopee menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi mahasiswa yang ingin metode pembayaran *paylater* ini karena beberapa mahasiswa yang masih belum memiliki pemasukan yang tetap dan jika ada mahasiswa yang memakai *paylater* dan telat membayar maka pihak shopee akan menghubungi pihak ke 2 dan 3 yang bertanggung jawab pada pinjaman tersebut. Risiko lainnya adalah mengenai data diri pada pendaftaran akun *spaylater* bisa mengalami kebocoran nomor telpon

sehingga tidak sedikit dari pengguna akun yang mendapat telpon & *chat* penipuan mengatasnamakan shopee. Jadi kepercayaan dan risiko sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode *paylater* khususnya dikalangan mahasiswa. Jika pihak shopee lebih memperhatikan dan memperbaiki secara baik maka terkait aspek kepercayaan dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode *paylater* ini akan meningkat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai minat penggunaan shopee *paylater* di kalangan mahasiswa. Sebagian mahasiswa dan peneliti sendiri pun masih mempunyai rasa ragu untuk menggunakan fitur pembayaran metode shopee *paylater* ini. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Menggunakan Metode *PayLater*”**

## 1. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *paylater* (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIMI Banjarmasin)?
2. Apakah risiko berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *paylater* (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIMI Banjarmasin)?

3. Apakah kepercayaan dan risiko berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode *paylater* (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIMI Banjarmasin)?
4. Apakah variabel dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode *paylater* (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIMI Banjarmasin)?

### **1. 3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan dilakukannyapenelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *paylater*.
2. Untuk menganalisis pengaruh risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *paylater*.
3. Untuk menganalisis kepercayaan dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *paylater*.
4. Untuk mengetahui variabel dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran *paylater*.

### **1. 4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Manfaat Teoritis**

Tugas akhir dari penulis ini dapat dijadikan sumber berbacaan antara referensi penyusunan karya ilmiah yang akan datang, dimana dengan adanya data ini maka akan membantu para Mahasiswa/i STIMI Banjarmasin.

## 2. Manfaat Praktis

Sebagai sarana informasi bagi masyarakat umum dan khususnya mahasiswa/mahasiswi STIMI Banjarmasin dalam berbelanja online dengan menggunakan fitur PayLater yang ada di aplikasi shopee.

## 3. Secara Akademis

Kesempatan untuk menambah ilmu dan pengetahuan serta untuk menambah wawasan penulis.

## 4. Untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan pihak konsumen, lebih pintar lagi dalam memilih metode pembayaran dan sebagai bahan evaluasi untuk selanjutnya bagi pengguna Shopee *PayLater*.