

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN SHOPEEPAY LATER
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Departemen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Negeri Padang



SUCI AKNES FIONITA

2019/19053098

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

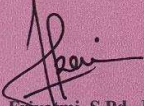
2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI


**“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN LAYANAN SHOPEEPAY LATER DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang)”**

Nama : Suci Aknes Fionita
BP/NIM : 2019/19053098
Keahlian : Tata Niaga
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui oleh,
Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi


Dr. Fitriatmi, S.Pd., M.Pd
NIP. 19820514 200604 2 001

Padang, Desember 2023
Pembimbing


Rose Rahmidani, S.Pd., MM
NIP. 19790806 200801 2 013

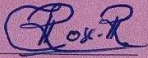
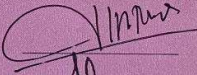
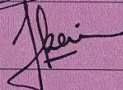
HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Departemen Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

**“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN LAYANAN SHOPEEPAY LATER DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang)”**

Nama : Suci Aknes Fionita
BP/NIM : 2019/19053098
Keahlian : Tata Niaga
Departemen : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, Desember 2023

Nomor	Jabatan	Tim Penguji	Tanda tangan
1	Ketua	Rose Rahmidani, S.Pd., MM	
2	Anggota	Dr. Rino, S.Pd., M.Pd., MM	
3	Anggota	Dr. Friyatmi, S.Pd., M.Pd.	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suci Aknes Fionita
Nim/ Tahun Masuk : 19053098/2019
Tempat/Tanggal Lahir : Batam/ 06 September 1999
Jurusan/Keahlian : Pendidikan Ekonomi/ Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Nomor Handphone : 081374870393
Judul : PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN SHOPEEPAY LATER DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Oktober 2023
Yang menyatakan



Suci Aknes Fionita
NIM. 19053098

ABSTRAK

SUCI AKNES FIONITA (2019/19053098) :Pengaruh Persepsi Manfaat dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)

Pembimbing :Rose Rahmidani, S.Pd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang menggunakan layanan ShopeePayLater. Adapun penetapan jumlah sampel dengan rumus hair et. al penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer dan sekunder dengan kriteria yang telah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah SEM dengan menggunakan Smart PLS 4.0 Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan, (2) Keamanan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan. (3) Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. (4) Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. (5) Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan . (6) Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan melalui kepercayaan sebagai variabel intervening, dan (7) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan melalui kepercayaan sebagai variabel intervening.

Kata kunci : persepsi manfaat, keamanan, kepercayaan, dan keputusan menggunakan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Keamanan terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)”. Shalawat serta salam tidak lupa pula penulis ucapkan untuk Nabi besar Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi manusia dalam menuju kebaikan

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Rose Rahmidani, S.Pd., M.M selaku pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan, waktu serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan Terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
2. Ibu Dr. Friyatmi, S.Pd., M.Pd selaku Kepala Departemen Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Dr. Rino, S.Pd., M.Pd., MM selaku penguji 1 dalam penelitian ini.
4. Ibu Dr. Friyatmi, S.Pd., M.Pd selaku penguji 2 dalam penelitian ini.

5. Bapak/ Ibu Dosen Staf Pengajar dan Staf Administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan.
6. Teristimewa untuk Papa (Irwan) dan Adik (Syaila Anisa Mecca) serta keluarga besar yang telah memberikan do'a beserta dukungan moril, materil, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pencapaian dalam penulisan skripsi ini tidak lain dan tidak bukan berkat doa papa, semoga sehat selalu papa. Untuk Mama (Alm. Marnita Dewi), dalam penulisan skripsi ini, penulis mempersembahkan untuk mama, semoga mama senang atas pencapaian penulis walaupun tidak melihat secara langsung prosesnya.
7. Tuan dengan NIM 19086469, Terimakasih banyak telah menjadi support sistem dalam penulisan skripsi ini, Terimakasih selalu mendukung, serta memberikan semangat, doa, serta waktu kepada penulis.
8. Sahabat penulis, Intan Fahira, Cherrysa Denis Monica, Naufal Luthfianda, Anisa Syafriyanti Putri, Alfiana Alwafi, Adela Safitri, Faddel Muhammad, Muhammad Mahfudh AlFatih, Syahrul, Muhammad Rido , Yetra Refli Zaldi yang telah banyak membantu dan membersamai proses penulis dari awal proposal sampai akhir. Terimakasih atas bantuan, waktu, support dan kebaikan yang diberikan kepada penulis selama ini, sampai berjumpa lagi teman-teman.

9. Teruntuk sahabat semasa di SMA : Dhoivi, Riken, Siti, Yuni, Yollanda, Haneesa, Terimakasih telah banyak memberi dukungan, motivasi dan doa. Semoga teman-teman sehat selalu, sampai berjumpa di kota Batam.
10. Seluruh teman-teman Pendidikan Ekonomi Angkatan 19 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
11. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
12. Untuk diri sendiri, terimakasih sudah bisa dan mau berjuang, terimakasih sudah mau bertanggung jawab untuk menyelesaikan perkuliahan dari awal hingga akhir. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk orang yang membutuhkan.

Semoga segala bentuk bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan penulis, skripsi ini jauh dari kata kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh krena itu, penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi penulis khususnya dan teman-teman pada umumnya.

Padang, 04 November 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
BAB I:PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah	14
E. Tujuan Penelitian	15
F. Manfaat Penelitian	16
BAB II:KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS.....	18
A. Kajian Teori	18
1. Konsep Keputusan Penggunaan	18
2. Konsep Kepercayaan	22
3. Konsep Persepsi Manfaat	25
4. Konsep Keamanan.....	30
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Konseptual	37
D. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III: METODE PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian	41
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
D. Jenis dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Variabel dan Definisi Operasional	44
G. Instrumen Penelitian.....	46
H. Uji Coba Instrumen Penelitian	47
I. Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Gambaran Umum Penelitian	61

B. Hasil Penelitian	64
C. Hasil Analisis Data Penelitian	76
D. Pembahasan.....	88
BAB V:KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional.....	43
Tabel 2 Skor Jawaban Setiap Pernyataan.....	45
Tabel 3. Indikator Persepsi Manfaat.....	46
Tabel 4. Indikator Keamanan.....	47
Tabel 5. Indikator Kepercayaan.....	47
Tabel 6. Indikator Keputusan Menggunakan.....	47
Tabel 7. Nilai AVE Uji Coba.....	48
Tabel 8. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	49
Tabel 9. Kriteria TCR.....	51
Tabel 10. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 11. Responden Berdasarkan Fakultas.....	61
Tabel 12. Responden Berdasarkan Tahun Masuk.....	62
Tabel 13. Data Deskripsi Keseluruhan Variabel.....	63
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Manfaat.....	64
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel Keamanan.....	66
Tabel 16 Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan.....	68
Tabel 17. Outer Loading dan Cross Loading.....	73
Tabel 18. Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE).....	75
Tabel 19. Hasil analisis Composite Reliability.....	76
Tabel 20 Hasil Analisis R-square.....	77
Tabel 21. Hasil Analisis Inner Model.....	78
Tabel 22. Efek Tidak Langsung Intervening.....	81

Tabel 23. Pengaruh Total.....	82
-------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

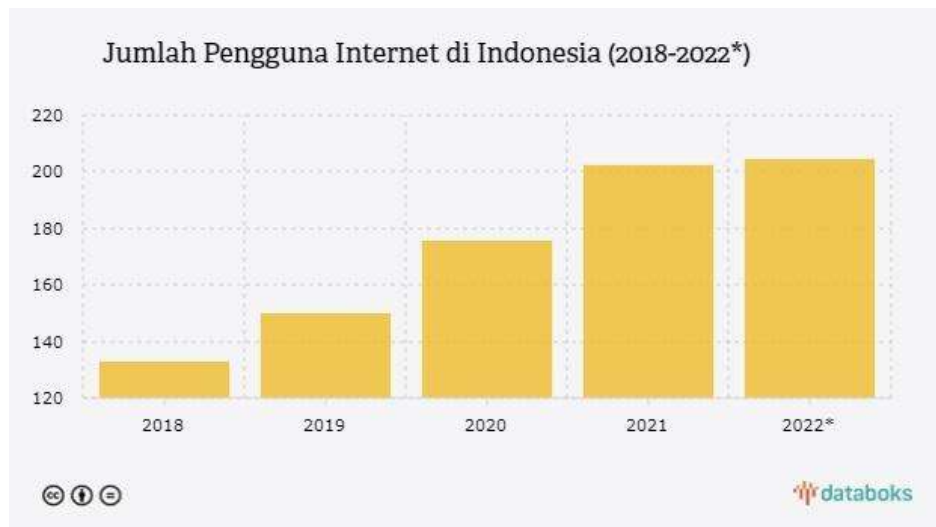
Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	1
Gambar 2. E-commerce yang ada di Indonesia.....	2
Gambar 3. Logo Shopee.....	3
Gambar 4. Logo SPayLater	4
Gambar 5 Diagram Observasi Awal Pengguna Yang Menggunakan Layanan Paylater Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.....	5
Gambar 6 Ulasan Negatif Pada Layanan ShopeePayLater.....	10
Gambar 7. Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 8. Logo ShopeePayLater.....	58
Gambar 9 Inner model (2023).....	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya kemajuan teknologi internet yang semakin pesat saat ini memudahkan aktivitas yang dilakukan seseorang. Mulai dari aktivitas pekerjaan, Pendidikan, sosial hingga penjualan. Perkembangan teknologi internet mengubah berbagai aspek dari kehidupan manusia, karena pada saat ini internet menjadi kebutuhan pokok selain kebutuhan sehari-sehari seperti sandang, pangan, dan papan bagi sebagian besar orang salah satunya penduduk yang berada di perkotaan.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: *Databoks.katadata.co.id*

Gambar 1 menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia dari tahun 2018-2022 mengalami peningkatan secara signifikan. Indonesia mengalami peningkatan jumlah pengguna internet sangat pesat dari tahun ke tahun, pada tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia 132,7 juta, sedangkan pada tahun 2020 yaitu 175,4 juta dan pada tahun 2022 yaitu 204,7 juta. Dari data tersebut memperlihatkan adanya tingkatan penggunaan internet bagi masyarakat dalam pemanfaatannya dari tahun ke tahun.

Penggunaan internet pada masyarakat Indonesia menjadi peluang dan tantangan pada perusahaan-perusahaan untuk beralih ke dalam bisnis *Electronic Commerce*. Hal ini membuat para pengusaha memaksimalkan kinerja agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya seperti perusahaan yang mempunyai bisnis dibidang online.

Pada saat ini masyarakat banyak belanja melalui transaksi dan pembelian online. Adapun pembelian online atau bisa juga disebut *E-commerce* tersebut seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Bli Bli, Zalora, Lazada, Jd.id, dan lainnya.



Gambar 2. E-commerce yang ada di Indonesia

Sumber : Google.com 2023

Pada gambar 2 dapat dilihat bahwa pada saat ini sudah banyak layanan-layanan berbasis *online* yang memudahkan masyarakat, salah satunya adanya *Online Shop*. Di Indonesia sendiri *Online Shop* sendiri berkembang sangat pesat. Salah satu *Online Shop* yang berkembang cukup pesat pada saat ini adalah Shopee.



Gambar 3. Logo Shopee

Sumber : Google.com, 2023

Shopee merupakan situs belanja online yang mempunyai tawaran berbagai macam produk seperti produk kecantikan, peralatan dapur, peralatan sekolah, mainan anak, sepatu Wanita, elektronik, buku, perlengkapan olahraga, aksesoris motor dan masih banyak jenis produk yang lainnya. Shopee adalah perusahaan bagian dari SEA group yang didirikan pada tahun 2009 dan pertama kali diresmikan di negara Singapura pada tahun 2015 yang berkantor pusat di Singapura dan sudah beroperasi di berbagai negara di Asia yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Taiwan dan negara lainnya. Pada tahun 2019 Shopee sudah memperluas situs belanja

online ke Brasil dan menjadikan Brasil sebagai negara pertama diluar Asia yang telah dimasuki oleh Shopee.



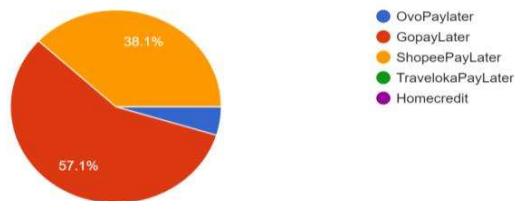
Gambar 4. Logo SPayLater

Sumber : Google.com, 2023

ShopeePayLater adalah salah satu pilihan pembayaran di Shopee. ShopeePaylater memberikan pinjaman kepada pembeli di Shopee yang telah memenuhi persyaratan untuk kemudian pinjaman tersebut dibayar sesuai dengan pilihan waktu cicilan dimulai dari 1 bulan hingga 12 bulan. Pembayaran cicilan ShopeePaylater mempunyai limit kredit. Limit kredit yang diberikan shopee akan terus bertambah sesuai dengan jumlah transaksi yang dilakukan oleh pengguna. Shopeepaylater tidak memberatkan pengguna dan sangat membantu dibanding aplikasi paylater lainnya, tetapi jika terlambat membayar cicilannya akan dikenai denda.

Dengan adanya kelebihan ShopeePayLater ini akan mempermudah pengguna Shopee dalam berbelanja meskipun tidak membayar terlebih dahulu. Pengguna shopee tersebut akan semakin tertarik melakukan keputusan penggunaan layanan ShopeePayLater. Jika perusahaan tidak bisa

membuat konsumen tertarik pada layanan tersebut maka layanan ShopeePayLater tidak bisa digunakan pada saat belanja. Keputusan penggunaan merupakan suatu langkah yang diambil konsumen setelah mempertimbangkan jasa yang akan digunakan. Peter & Olson (dalam Nurzanita & Marlina 2020) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih dan memilih satu diantaranya. Menurut Kotler & Keller (2009:116) menyatakan bahwa keputusan penggunaan dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis seseorang seperti motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap. Adapun faktor-faktor keputusan penggunaan pada Sukma (2012) yaitu *trust* (kepercayaan), *security* (keamanan), *quality of service* dan *perceived risk*. Dari beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan tersebut, maka peneliti menduga bahwa yang mempengaruhi keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater dipengaruhi oleh kepercayaan, persepsi manfaat dan keamanan. Dengan meningkatnya belanja online menggunakan berbagai pilihan pembayaran terutama pay later yang telah disediakan, memunculkan pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru dalam kebiasaan berbelanja online.



Gambar 5 Diagram Observasi Awal Pengguna Yang Menggunakan Layanan Paylater Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Sumber: Data Primer, diolah 27 February 2023

Pada Gambar 6 dapat dilihat persentase pengguna layanan pay later pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Pada Observasi awal mengambil 42 responden terpilih didapatkan pengguna yang menggunakan layanan pay later OvoPayLater 4,8% (2 Responden), ShopeePayLater 38,1% (16 responden), dan GopayLater 57,1% (24 responden). Pada gambar diatas terlihat bahwa mahasiswa Universitas Negeri Padang lebih banyak menggunakan layanan pay later GopayLater dibandingkan ShopeePayLater dan OvoPaylater. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan ShopeePayLater masih rendah pada mahasiswa Universitas Negeri Padang. Berhasilnya sebuah layanan pada PayLater ini dapat dilihat dari penggunaan layanan tersebut. Pada gambar 6 terlihat bahwa perusahaan GoPaylater memberikan jasa layanan yang lebih sehingga membuat pengguna lebih tertarik untuk menggunakan PayLater tersebut.

Salah satu penyebab rendahnya pengguna memakai layanan ShopeePayLater karena adanya perspektif pelanggan dalam penggunaannya. Kasim & Abdullah dalam (Nurhaliza dan Sugianto,2023) adanya dimensi dari perspektif pelanggan dalam keputusan penggunaan yaitu dimensi *e-service*. Dimensi *e-service* yang harus diperhatikan salah

satunya *trust*. *Trust* merupakan kepercayaan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat dan kaya informasi. Menurut Turban et al. (2010:187) dalam penelitian Putri (2021) mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan penggunaan. Pengguna biasanya sebelum mengambil keputusan penggunaan akan merasakan kepercayaan terhadap produk maupun jasa sebelum mengambil keputusan penggunaan. Masalah kepercayaan pada ShopeePaylater ini adalah adanya konsumen ShopeePayLater yang mendapatkan tagihan kembali pada akun Paylaternya, sedangkan konsumen tersebut sudah membayar tagihan pada layanan tersebut. Hal ini berdampak pada rendahnya kepercayaan konsumen pada ShopeePaylater ini.

Kepercayaan perlu memperhatikan keadaan psikologis seseorang yang bergantung pada orang lain untuk mencapai tujuan yang direncanakan. Menurut Nurzanita & Marlana (2020) jika antara pengguna dengan perusahaan sudah mempercayai atas layanan tersebut, maka akan timbul keyakinan bahwa janji yang disepakati oleh mitra akan ditepati. Ketika pengguna tersebut menggunakan layanan ShopeePayLater dengan merasa mudahnya penggunaan layanan tersebut maka untuk selanjutnya pengguna akan konsisten menggunakan layanan ShopeePayLater yang berujung pada loyalitas penggunaan. Menurut hasil penelitian (Nurzanita & Marlana,2020) kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Artinya jika semakin tinggi kepercayaan pengguna maka akan

semakin mudah dalam mengambil keputusan penggunaan. Adapun penelitian dari Novitasari & Supriyanto (2020) dalam (Azizah & Mas'ud, 2021) menyatakan bahwa kepercayaan mempengaruhi positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Selain adanya kepercayaan, Menurut Pavlon dan Geffen (2002:667-675) adanya faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan yaitu persepsi manfaat. Menurut Peter & Olson (dalam Nurzanita & Marlina 2020) Persepsi manfaat merupakan suatu proses sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan, pengguna akan mencari banyak informasi manfaat dari produk atau jasa tersebut. Manfaat yang ditawarkan oleh ShopeePayLater berupa bunga yang rendah tidak memberatkan pengguna dalam pemakaian, proses dan syarat cicilan mudah, dan waktu jatuh tempo yang fleksibel. Layanan ShopeePaylater sangat mempermudah dan mempercepat transaksi pembayaran pada konsumen. Dengan adanya mempermudah dan mempercepat transaksi pembayaran pada konsumen, akan memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi pada ShopeePayLater. Serta memberikan rasa aman dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran melalui layanan ShopeePayLater. Menurut penelitian Wibowo & Suryoko (2018) dalam (Azizah & Mas'ud, 2021) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan. Ambarwati (2019) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Adapun penelitian Haidar & Tileng (2018)

menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi positif terhadap keputusan penggunaan. Maka persepsi manfaat berpengaruh pada keputusan penggunaan.

Selain adanya persepsi manfaat, ada hal lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan yaitu keamanan. Menurut Tsiakis dan Stephanides dalam Tingchi, dkk (2013) keamanan yaitu satu tata cara dan program untuk memverifikasi sumber informasi dan memastikan informasi kerahasiaan kebutuhan. Keamanan pada ShopeePayLater berupa adanya verifikasi akun dari KTP pengguna untuk mendaftar layanan tersebut, dan penggunaan layanan ShopeePayLater tersebut. Ketika pengguna memesan barang melalui Shopee harus menggunakan verifikasi sidik jari atau face id pengguna akun. Dapat kita lihat pada gambar dibawah ini pengguna layanan ShopeePayLater ini memberikan ulasan pada media konsumen.

Saya pengguna Shopee yang sudah cukup lama. Saya pernah beberapa kali menggunakan Shopee SPayLater dan tidak pernah satu kali pun telat membayar tagihan secara penuh. Per tanggal 2 Februari 2023 10:41, saya melakukan belanja dengan menggunakan SPayLater (omor pesanan: 230131R3KB6VAF dan 230131R3KB6VAE). Kemudian pada tanggal 07 Februari saya lakukan pelunasan terhadap kedua transaksi tersebut melalui Bank BRI, dengan metode *virtual account*.

Namun 2 hari berselang, akun SPayLater saya dinonaktifkan dengan alasan aktivitas mencurigakan. Sontak saya terkejut mendengar hal tersebut. Saya tidak pernah ada masalah dengan Shopee sebagai pengguna. Namun akun saya dibatasi, dengan alasan adanya tagihan SPayLater yang belum saya bayar.

Tanggal 08 Februari 2023 pukul 16.24, saya komplain melalui email dan saya lakukan verifikasi data menggunakan KTP dan KK saya. Saya mendapatkan jawaban pada hari selanjutnya tanggal 09 Februari 2023 17.41, dengan alasan verifikasi gagal karena data tidak sesuai. Hal ini membuat saya tambah bingung.

Kemudian pada tanggal 11 Februari 2023 pukul 13.47, saya lakukan laporan ulang kembali dengan mengirimkan data berupa *username*, email dan nomor telepon, serta lampiran KK dan KTP. Namun pihak Shopee menjelaskan adanya tagihan, yang mana tersambung dengan atas nama: OC** FI****S*AH.

Jelas saya komplain, karena tidak masuk akal. Bagaimana bisa ada tagihan kalau saya tidak pakai Shopee SPayLater sama sekali? Jawaban mereka kali ini, karena ada pengguna dengan nama OC** FI****S*AH mempunyai tagihan dan akun SPayLater dia terhubung dengan nama saya.

Heran, saya tidak pernah kenal nama orang tersebut. Dari nama tersebut sudah jelas beda dari nama asli saya. Namun pihak Shopee memaksa saya untuk lakukan pelunasan dengan kirim bukti pelunasannya agar akun saya dilepas dari perbatasan ini. Saya sudah lakukan pelunasan terkait transaksi saya tanggal 02 Februari 2023 tersebut, perihal terkait adanya pengguna OC** FI****S*AH itu bukan kewajiban saya! Lah yang *ngutang* siapa, yang ditagih siapa?

Ini jelas, perilaku buruk dari pihak Shopee. Karena saya tidak punya tanggung jawab atas hutang yang dilakukan oleh orang lain, apalagi orang yang tidak dikenal. Mau sampai kapan pun juga, akun saya akan terus dibatasi karena saya tidak kenal orang tersebut. Jadi pelunasan tidak mungkin terjadi dari pihak saya.


Apa memang bisa orang tidak dikenal dengan sembarangan menyambungkan akun SPayLater-nya dengan orang tidak dikenal lain? Karena itu jelas sudah masuk kategori "*Identity Theft*". Saya sudah kirim bukti Kartu Keluarga dan tidak ada satu pun orang dengan nama tersebut.

Tolong kepada pihak Shopee diselidiki ulang. Kalau ada masalah terkait hutang dengan OC** FI****S*AH yang berhutang kepada tim SPayLater, Anda yang tagih sendiri! Tidak perlu manipulasi orang lain untuk melakukan *kerjaan* kotor seperti ini.

Muhammad Kholid Hidayat
Palembang, Sumatera Selatan

Artikel ini adalah buatan pengguna dan menjadi tanggung jawab penulisnya.

★ Berikan penilaian mengenai Shopee:


 [Total:48 Rata-Rata: 1.7/5]

Gambar 6 Ulasan Negatif Pada Layanan ShopeePayLater

Sumber : Media Konsumen, 2023.

Berdasarkan gambar diatas dapat kita lihat beberapa ulasan negatif dari pengguna terhadap layanan ShopeePayLater. Adanya komentar pengguna bahwasanya pengguna melakukan verifikasi data menggunakan kartu identitas pengguna tetapi verifikasi tersebut gagal karena data tersebut tidak sesuai. Pengguna sudah melaporkan data pengguna tersebut ke email pelaporan layanan ShopeePayLater. Balasan dari pihak Shopee menjelaskan adanya tagihan, yang mana tersambung bukan atas nama pengguna, sedangkan pengguna sebelumnya tidak ada menautkan akun shopeenya ke akun pengguna yang lain. Dengan adanya ulasan negatif tersebut menggambarkan masih rendahnya tingkat keamanan ShopeePayLater ini. Hal tersebut akan berdampak pada rendahnya kepercayaan konsumen sehingga akan timbul perasaan tidak aman terhadap penyalahgunaan data pribadinya. Adapun penelitian Shilvana dan Hapzi (2017) dalam (Prilano, dkk, 2020) menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan. Apabila promosi yang diberikan kepada pelanggan semakin meningkat, itu akan meningkatkan keputusan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nurzanita & Marlina (2021) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan gopay di Surabaya. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putri & Iriani (2021) menyatakan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Tokopedia. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan pelanggan pada sistem aplikasi

Tokopedia terbukti tidak dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan sistem aplikasi tersebut. Dan juga penelitian yang dilakukan Budiyastuti & Iskandar (2018) persepsi manfaat berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan *e-commerce* oleh pelanggan.

Kemudian penelitian yang dilakukan Kurniawan, dkk (2021) menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di Tokopedia oleh *seller*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Salsabiila, dkk (2018) menyatakan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk fashion di Shopee. Jika keamanan konsumen semakin meningkat maka tidak akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Dan juga penelitian yang dilakukan Irawan (2018) menyatakan bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Pengguna layanan ShopeePaylater masih rendah dibandingkan layanan pengguna paylater yang lainnya.
2. Ditemukan tagihan ShopeePayLater pada konsumen yang tidak menggunakan layanan ShopeePayLater melalui email.
3. Adanya tagihan kembali pada pengguna ShopeePayLater, setelah membayar jasa layanan tersebut.
4. Masih kurangnya tanggung jawab berupa informasi data pribadi untuk memenuhi layanan ShopeePayLater pada penggunanya.
5. Masih kurangnya kerahasiaan data pada pengguna layanan ShopeePayLater
6. Adanya pengguna akun ShopeePayLater yang layanan akunya di nonaktifkan.
7. Kurangnya verifikasi keamanan pada akun Shopee konsumen yang sudah menggunakan layanan ShopeePaylater.

C. Batasan Masalah

Untuk mencegah agar pembahasan masalah tidak menjadi luas, maka permasalahan dalam penelitian ini hanya berfokus pada Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan ShopeePayLater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Padang)

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang dikemukakan diatas,maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang ?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang ?
3. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepercayaan pada layanan ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan layanan pada ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang?
5. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan ShopeePaylater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang?
6. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Layanan ShopeePayLater melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang?
7. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Layanan ShopeePayLater melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang?

E. Tujuan Penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk menganalisis :

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
2. Pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
3. Pengaruh persepsi manfaat terhadap kepercayaan layanan ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
4. Pengaruh keamanan terhadap kepercayaan layanan ShopeePayLater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
5. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan layanan ShopeePaylater pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
6. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan Layanan ShopeePayLater melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.
7. Pengaruh keamanan terhadap keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan serta menambah khasanah kepustakaan khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Departemen Pendidikan Ekonomi keahlian Tata Niaga di Universitas Negeri Padang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan pengetahuan yang telah penulis dapatkan selama di bangku kuliah di dalam kondisi praktis pada mahasiswa. Terutama dibidang pemasaran, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi untuk menambah khasanah teori mengenai keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater. Hasil penelitian ini juga dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai keputusan menggunakan layanan ShopeePayLater.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang
- b. Bagi pengembangan akademis, sebagai referensi bagi ilmu pengetahuan tata niaga dan penunjang lainnya.
- c. Bagi ShopeePayLater, sebagai informasi yang bermanfaat untuk upaya meningkatkan persepsi manfaat dan keamanan yang

berdampak langsung pada peningkatan keputusan menggunakan layanan pada ShopeePaylater.

- d. Bagi peneliti selanjutnya, dapat dijadikan sebagai referensi yang akan mengadakan kajian lebih luas dalam bahasan ini.