

Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan

¹Kurnia Simatupang*, ²Natalia Sihombing, ³Kepler Sinaga

^{1,2,3}Universitas HKBP Nommensen

Alamat Surat

Email: kurniasimatupang@gmail.com*, natalia.sihombing@uhn.ac.id,
kepler.sinaga@uhn.ac.id

Article History:

Diajukan: 8 Oktober 2025; Direvisi: 7 November 2025; Accepted: 2 Desember 2025

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi shopee paylater pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif asosiatif dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebesar 98 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada transaksi shopee paylater pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung variabel kepercayaan (X1) lebih besar dibanding dengan nilai t tabel ($3,142 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Nilai t hitung variabel motivasi (X2) lebih besar dibanding dengan nilai t tabel ($13,056 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Secara simultan nilai F hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel ($14,911 > 3,16$) dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,05 dan nilai R^2 sebesar 0,829 (82,9%) yang artinya variabel kepercayaan dan kemudahan dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian sebesar 82,9% sedangkan sisanya sebesar 17,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

Kata kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of trust and convenience on purchasing decisions on the use of Shopee PayLater transactions among students at HKBP Nommensen University, Medan. The method used is an associative quantitative method and data collection techniques using a questionnaire with a sample of 98 respondents. The data analysis methods used are instrument testing, classical assumption testing and hypothesis testing with the help of SPSS 22. The research results show that trust and convenience have a significant influence on purchasing decisions for Shopee PayLater transactions among students at HKBP Nommensen University, Medan. This is indicated by the calculated t value of the trust variable (X1) being greater than the t table value ($3.142 > 1.985$) with a significance level of $0.00 < 0.05$. The calculated t value of the motivation variable (X2) is greater than the t table value ($13.056 > 1.985$) with a significance level of $0.00 < 0.05$. Simultaneously the calculated F value is greater than the table F value ($14.911 > 3.16$) with a significance level of $0.00 < 0.05$. The coefficient of determination value obtained is 0.05

and the R2 value is 0.829 (82.9%), which means that the trust and ease variables can explain 82.9% of the purchasing decision variables while the remaining 17.1% is influenced by other variables outside of the variables. this research.

Keywords: *Trust, Convenience, Purchasing Decisions*

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia sudah banyak jenis *marketplace* yang sudah berkembang seperti, shopee, bibli, lazada, tokopedia, dan lain sebagainya. Namun berkembangnya *marketplace* ini hanya dikuasai oleh *platform* shopee. Karena *platform* shopee memiliki *feedback* terbaik dari konsumen mulai dari segi kualitas ataupun pelayanan dengan jumlah peminat yang meningkat setiap bulannya.

Shopee merupakan *marketplace* yang saat ini memiliki jumlah peminat yang sangat banyak, karena aplikasi shopee ini lebih fokus pada *platform mobile* untuk memudahkan pengguna mencari barang yang dibutuhkan. Selain itu, dalam metode pembayarannya pun bisa terbilang sangat mudah, mulai dari adanya fitur *shoppe pay*, *shoppe paylater*, *cash on delivery*, dan *transfer via bank*. Yang lebih spesial dari fitur yang sudah *shoppe* sediakan adalah *shopee paylater*.

Shopee paylater merupakan fitur kredit online yang dibutuhkan. *Shopee paylater* merupakan fitur kredit online yang sudah bekerjasama dengan PT Lentera Nusantara untuk layanan pinjaman berbasis teknologi dan tentunya sudah aman karena sudah diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sehingga, fitur ini cocok bagi masyarakat ataupun mahasiswa supaya bisa memenuhi keinginan yang tidak dapat dicapai karena sering mengalami krisis keuangan diakhir bulan. Fitur *paylater* menalangi biaya transaksi pengguna terlebih dahulu dan pelunasannya bisa dicicil dikemudian hari dengan suku bunga yang sangat rendah. Namun dana dari fitur ini tidak bisa diuangkan, karena hanya berlaku untuk pembelian produk saja. Meskipun *paylater* sangat mudah digunakan, namun beberapa masyarakat masih melakukan transaksi melalui *transfer ATM* atau *kartu debit*. Sedangkan sebagian masyarakat sudah banyak yang memanfaatkan fitur tersebut. Dapat kita lihat pada tabel pengguna *Paylater 2023* berikut ini:

Tabel 1.1. Layanan PayLater Paling Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2023

NO	Layanan Paylater	Jumlah
1	Shopee Paylater	89%
2	Gopaylater	50%
3	Kredivo	38%
4	Akulaku	36%
5	Traveloka Paylater	27 %
6	Indoda	16 %
7	Home Credit	13 %
8	Lainnya	2 %

Sumber : *Katadata Databoks, 2023*

Berdasarkan tabel di atas pengguna *paylater* pada aplikasi *Shopee* justru memiliki peminat yang paling banyak, dikarenakan jumlahnya mencapai sebesar 89% dibandingkan *platform* lain seperti fitur *Gopaylater* yang jumlahnya mencapai 50%, *paylater kredivo* jumlahnya 38%, *Kredivo* jumlahnya 38%, *Akulaku* 36 %, *Traveloka paylater* 27%, *Indoda* 16%, *Home credit* 13% dan lainnya menggunakan fitur *paylater* di *aplikasi* lain 2%. Dapat dilihat dari data angka diatas, bahwa fitur *Shopee paylater* ini memiliki angka peminat tertinggi, hal tersebut dapat diartikan bahwa fitur *paylater* yang terdapat di *platform* *Shopee* ini sangat berguna bagi konsumen yang suka berbelanja online, karena dalam penggunaannya yang terbilang sangat mudah, simple dan efisien.

Fenomena yang sering terjadi saat ini terkait kebutuhan dan keinginan mahasiswa yang sudah semakin meningkat dikarenakan gaya hidup yang lebih diutamakan dibandingkan kebutuhan. Hal ini terjadi karena di era digital sudah banyak trend pakaian yang sudah diupdate setiap harinya, sehingga mendorong mahasiswa untuk selalu mengikuti trend tersebut. Hal tersebut mengakibatkan mahasiswa mengalami krisis keuangan diakhir bulan. Dengan adanya fitur *paylater* ini tentu sangat membantu

dan mempermudah mahasiswa dalam menangani krisis keuangan untuk memenuhi keinginannya dalam melakukan keputusan pembelian.

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.

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. Dalam kegiatan bisnis saling percaya menjadi salah satu syarat utama, apalagi *E-commerce* dimasa ini sudah berkembang pesat. 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 *cyber*. 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. Selain faktor kepercayaan, faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian adalah kemudahan (kemudahan penggunaan).

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan melakukan pendekatan kuantitatif karena penelitian ini berupa angka-angka dan analisis data menggunakan statistik. Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang bersifat kasual.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Universitas HKBP Nommensen Medan pada tahun 2022/2023 yang berjumlah 6.038 mahasiswa. Berikut adalah jumlah mahasiswa per fakultas. Jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus slovin sebagai alat ukur untuk menghitung ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel N= Ukuran populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Maka dengan menggunakan rumus slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{6038}{1 + (6038)(0,1)^2} = 98.37 \text{ (dibulatkan menjadi 98)}$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1)

Tabel 2. Uji Validitas Kepercayaan (X1)

Kepercayaan (X1)					
Item Pernyataan	Taraf Kesalahan	r Tabel	Sig	r Hitung	Keterangan
X1.1	0,05	0,202	0,000	0,651	Valid
X1.2	0,05	0,202	0,000	0,693	Valid
X1.3	0,05	0,202	0,000	0,531	Valid
X1.4	0,05	0,202	0,000	0,667	Valid

Sumber : Hasil olah Data Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 2 $n = 98$, $df = 98 - 2 = 96$ dengan tingkat signifikan 0,05 (5%) maka diperoleh nilai r tabel = 0,202. Dari tabel tersebut dapat dilihat r hitung dari seluruh pernyataan lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh item yang dipergunakan untuk mengukur variabel Kepercayaan (X1) adalah valid.

Uji Validitas Variabel Kemudahan (X2)

Tabel 3. Uji Validitas Kemudahan (X2)

Kemudahan(X2)					
Item Pernyataan	Taraf Kesalahan	r Tabel	Sig	r Hitung	Keterangan
X2.1	0,05	0,202	0,000	0,844	Valid
X2.2	0,05	0,202	0,000	0,847	Valid
X2.3	0,05	0,202	0,000	0,897	Valid
X2.4	0,05	0,202	0,000	0,918	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 3 $n = 98$, $df = 98 - 2 = 96$ dengan tingkat signifikan 0,05 (5%) maka diperoleh nilai r tabel = 0,202. Dari tabel tersebut dapat dilihat r hitung dari seluruh pernyataan lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh item yang dipergunakan untuk mengukur variabel Kemudahan (X2) adalah valid.

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y)					
Item Pernyataan	Taraf Kesalahan	r Tabel	Sig	r Hitung	Keterangan
Y.1	0,05	0,202	0,000	0,858	Valid
Y.2	0,05	0,202	0,000	0,857	Valid
Y.3	0,05	0,202	0,000	0,828	Valid
Y.4	0,05	0,202	0,000	0,897	Valid
Y.5	0,05	0,202	0,000	0,848	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 4 $n = 98$, $df = 98 - 2 = 96$ dengan tingkat signifikan 0,05 (5%) maka diperoleh nilai r tabel = 0,202. Dari tabel tersebut dapat dilihat r hitung dari seluruh pernyataan lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh item yang dipergunakan untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah valid.

Uji Realibilitas**Tabel 5. Uji Realiabilitas Variabel**

Instrumen	Cronbach's Alpha	N of Items	Hasil
X ₁	0,941	4	Reliabel
X ₂	0,774	4	Reliabel
Y	0,790	5	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat dari hasil nilai Alpha Cronbach X1 (0,941), X2 (0,774), dan Y (0,790) > 0,60 yang artinya instrumen kuesioner dinyatakan reliabel

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**Tabel 6. Hasil Uji Komogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76237970
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.097
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.513 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

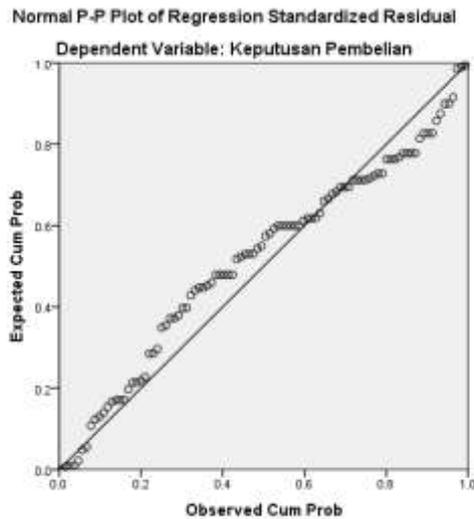
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 6, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh hasil signifikan sebesar 0,513 > 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Pengujian ini juga dilakukan dengan memeriksa sebaran data (titik data) pada garis diagonal grafik atau dengan melihat histogram dari residua. Keputusan diambil berdasarkan:

- Jika data (titik-titik data) tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, atau jika grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi yang normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data (titik-titik data) tersebar jauh atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau jika grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi yang normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji Normalitas Grafik



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwasannya Normal P-P Plot menunjukkan titik – titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, artinya data antara variabel Keputusan Pembelian (Y) dan variabel Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas..

Uji Multikolinieritas

Tabel 7. Hasil Uji multikolinieritas

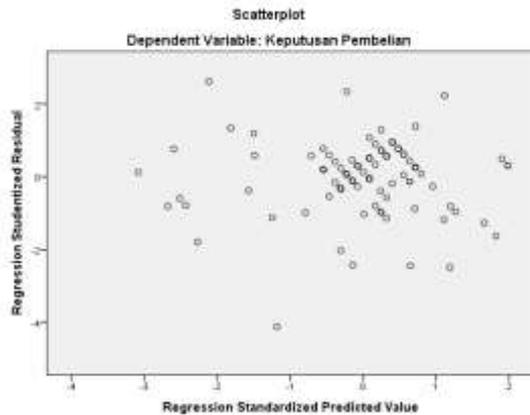
Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kepercayaan	.515	1.942
Kemudahan	.515	1.942

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Data Olah Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai Tolerance variabel Kepercayaan (X1) sebesar 0,515 dan Kemudahan (X2) sebesar 0,515. Maka kedua nilai variabel $0,966 > 0,10$. Diketahui nilai VIF variabel Kepercayaan (X1) sebesar 1,942 dan Kemudahan (X2) sebesar 1,942. Maka kedua nilai variabel $1,942 < 10,00$. Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik – titik atau plot yang menyebar di atas dan di bawah sumbu angka 0 pada sumbu Y. Kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	50.111	1.051		-.106	.916
Kepercayaan	.316	.100	.186	3.142	.002
Kemudahan	.913	.070	.771	13.056	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 8 dari hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 50,111 + 0,316 X_1 + 0,913 X_2$$

Pada persamaan regresi linier berganda dapat disimpulkan, yaitu:

1. Pada koefisien konstanta sebesar 51,162 yang berarti jika variabel independen kepercayaan (X1) dan kemudahan (X2) adalah nol, maka nilai keputusan pembelian akan sama dengan konstanta sebesar 51,162.
2. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X1) sebesar 0,316 yang berarti setiap kenaikan variabel (X1) sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,316. Nilai variabel kepercayaan (X1) terhadap variabel kinerja karyawan (Y) bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel X1, maka semakin tinggi nilai variabel Y.
3. Nilai koefisien regresi kemudahan (X2) sebesar 0,913 yang berarti setiap kenaikan variabel (X2) sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,913. Nilai variabel kemudahan (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel X2, maka semakin tinggi nilai variabel Y.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	50.111	1.051		-.106	.916		
Kepercayaan	.316	.100	.186	3.142	.002	.515	1.942
Kemudahan	.913	.070	.771	13.056	.000	.515	1.942

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS 22 (2024)

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) pada Kepercayaan (X₁)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 9, maka diperoleh nilai t hitung variabel kepercayaan (X₁) sebesar 3,142 dimana nilai tersebut > t tabel yaitu sebesar 1,985. Nilai t tabel diperoleh dari df (n – k = 98– 3 = 95) dan α (α / 2 = 0,05 / 2 = 0,025) dan t tabel sebesar 1,985. Dan nilai signifikansi variabel kepercayaan (X₁) adalah 0,00 < 0,05. Maka H₀ ditolak H₁ diterima artinya, kepercayaan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) pada Kemudahan(X₂)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 9, maka diperoleh nilai t hitung variabel kemudahan (X₂) sebesar 13.056 dimana nilai tersebut > t tabel yaitu sebesar 1,985. Nilai t tabel diperoleh dari df (n – k = 98– 3 = 95) dan α (α / 2 = 0,05 / 2 = 0,025) dan t tabel sebesar 2,002. Dan nilai signifikansi variabel kemudahan (X₂) adalah 0,00 < 0,05. Maka H₀ ditolak H₁ diterima artinya, kemudahan(X₂) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1462.322	2	731.161	230.550	.000 ^b
	Residual	301.280	95	3.171		
	Total	1763.602	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan
Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan tabel 10 hasil pengujian dari uji simultan (Uji F) diperoleh hasil F hitung sebesar 230.550 dimana nilai tersebut > F tabel yaitu sebesar 3,092. Nilai F tabel diperoleh dari $df1 / N1$ ($k - 1 = 3 - 1 = 2$) dan $df2 / N2$ ($n - k = 98 - 3 = 95$) dengan nilai $\alpha = 5\%$ dan F tabel sebesar 3,092. Dengan nilai signifikansinya $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya kepercayaan dan kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

Uji Koefisien Determinasi R^2

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.911 ^a	.829	.826	1.781	1.832

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS 22 (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 11 dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,911, dimana nilai koefisien menunjukkan hubungan antara kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian. Nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,829 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_1) dan kemudahan (X_2) dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 82,9% sedangkan sisanya sebesar 17,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

DISCUSSION

Pengaruh Kepercayaan (X_1) Terhadap Keputusan pembelian (Y)

Kepercayaan (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil olahan data dari SPSS 22 dalam uji t yang didapatkan nilai t hitung 3,142 > t tabel 1,985 dan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater oleh Iggardini Asarila Canestren dan Marheni Eka Saputri menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna metode pembayaran shopee paylater.

Pengaruh Kemudahan (X_2) Terhadap Keputusan pembelian (Y)

Kemudahan (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil olahan data dari SPSS 22 dalam uji t yang didapatkan nilai t hitung 13,056 > t tabel 1,985 dan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang berjudul "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater di Jadetabek" oleh Adela Rossa dan Fathir Ashfath menyatakan bahwa berpengaruh terhadap perilaku impulse buying pengguna Spaylater di Jadetabek.

Pengaruh Kepercayaan (X_1) dan Kemudahan (X_2) Keputusan Pembelian (Y)

Kepercayaan (X_1) dan Kemudahan (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen. Hal ini dibuktikan dengan hasil olahan data dari SPSS 22 dalam Uji F menunjukkan hasil F hitung 230.550 > F tabel 3,092.

Sementara hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square yaitu sebesar 0,829, artinya Kepercayaan dan Kemudahan berpengaruh sebesar 82,9% sedangkan sisanya 17,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan” maka dapat ditarik kesimpulan yaitu: variabel Kepercayaan (X1) nilai t hitung > t tabel ($3,142 > 1,985$) dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Variabel Kemudahan (X2) nilai t hitung > t tabel ($13,056 > 1,985$) dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dan nilai R² sebesar 0,829 (82,9%) yang mendekati nilai 1. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya:

- Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen.
- Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen.
- Kepercayaan dan Kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, Agustina Duma. (2022) Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pada Pengguna Shopee Paylater (Studi Kasus di PT Papasari)
- Ayu Lestari (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Social Influence Religiusitas Terhadap Penggunaan Paylater (Studi Kasus Pada Pengguna Paylater Di Jawa Barat
- Dwiyanti, E. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kudus). Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Febriyanthi, Putuwina (2022). Pengaruh Presepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha).
- Imam Ghozali (2016). Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif
- Lestari Dayu Mitra (2022) Pengaruh Kemudahan Dan Kemanfaatan Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial.
- Nurhadi, M. (2021). *Mengenal Shopee Paylater: Biaya Cicilan, Bunga, dan Dendanya*
- Philip Kotler. (2012). *Kotler On Marketing*
- Rita Dewi Purnamasari (2021). Pengaruh Preceived ease of use, Preceived usefulness, Preceived risk, dan Brand image terhadap Keputusan Pembelian menggunakan metode Shopee Paylater.
- Siagian Nalom, (2022), Marketing Communications and Promotion Strategies for Entrepreneurs Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI Journal), [Vol 5, No 2 \(2022\)](#)
- Siti Aisyah, (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Presepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian pada penggunaan transaksi shopee paylater (Studi Khusus Mahasiswa FEB Unisma)
- Sonia Aftika (2021). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti”

Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Dalam Perspektif
Bisnis Syariah

SUGIYONO (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan*