

**PENGARUH *SHOPEEPAY* DAN *SHOPEE PAYLATER*
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA SHOPEE PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN
STAMBUK 2021-2023**

SKRIPSI

OLEH :

**ARI WIBOWO SINAGA
218320139**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/6/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)30/6/25

**PENGARUH *SHOPEEPAY* DAN *SHOPEE PAYLATER*
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA SHOPEE PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN
STAMBUK 2021-2023**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**ARI WIBOWO SINAGA
218320139**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 30/6/25

Access From (repository.uma.ac.id)30/6/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* Terhadap
Kepuasan Pengguna *Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan
Stambuk 2021-2023

Nama : Ari Wibowo Sinaga
NPM : 218320139
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding

(Irwansyah Putra, SE, MM)

Pembimbing

(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Pembanding

Mengetahui :

(Ahmad Fadhil, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan

(Fitriani Tobing, SE, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 17 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi - sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 13 Januari 2025



Ari Wibowo Sinaga
218320139

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Wibowo Sinaga
NPM : 218320139
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :Pengaruh ShopeePay dan Shopee PayLater Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan Stambul (2021-2023). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 13 Januari 2025
Yang menyatakan



(Ari Wibowo Sinaga)

RIWAYAT HIDUP

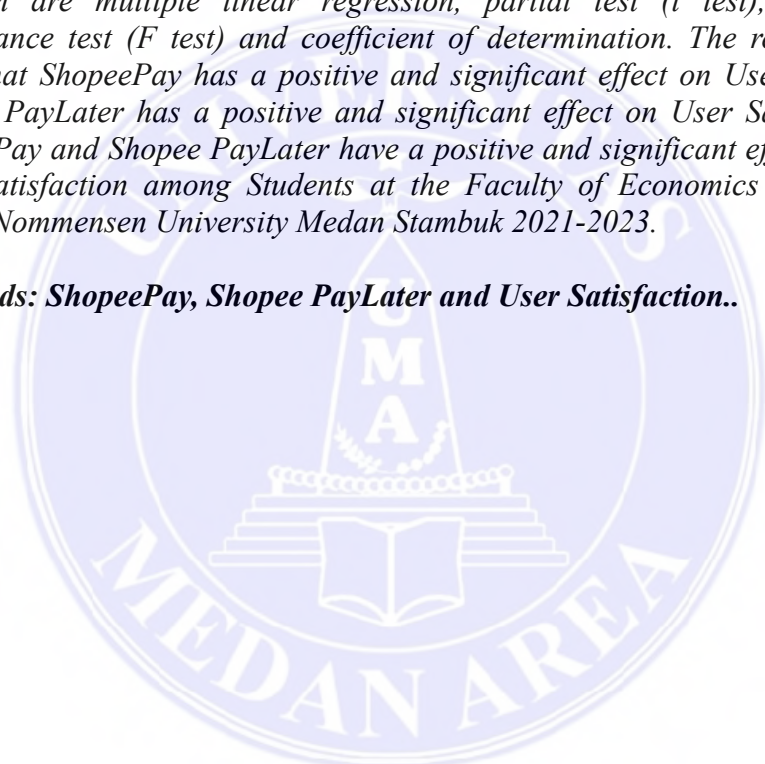


Nama	Ari Wibowo Sinaga
NPM	218320139
Tempat, Tanggal Lahir	Huta Dipar, 12 Oktober 2002
Nama Orang Tua :	
Ayah	Jonas Sinaga
Ibu	Rawati Ambarita
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP N 2 Jorlang Hataran
SMA/SMK	SMK N 2 Pematang Siantar
Riwayat Studi di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	-
NO. HP/WA	0822-7225-3606
Email	arisinaga1612@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the effect of ShopeePay on User Satisfaction, to find out the effect of Shopee PayLater on User Satisfaction and to find out the effect of ShopeePay and Shopee PayLater on Shopee User Satisfaction among Students at the Faculty of Economics and Business, HKBP Nommensen Medan Stambuk University 2021-2023. The population in this study was the 2021-2023 Nommensen Students of the Stambuk Faculty of Economics and Business, totaling 1,143 people. The sample in the study was 92 people taken using the Slovin formula. The data collection technique used in this research was carried out by distributing questionnaires. The analysis techniques used in this research are multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous significance test (F test) and coefficient of determination. The research results show that ShopeePay has a positive and significant effect on User Satisfaction, Shopee PayLater has a positive and significant effect on User Satisfaction and ShopeePay and Shopee PayLater have a positive and significant effect on Shopee User Satisfaction among Students at the Faculty of Economics and Business, HKBP Nommensen University Medan Stambuk 2021-2023.

Keywords: *ShopeePay, Shopee PayLater and User Satisfaction..*



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *ShopeePay* terhadap Kepuasan Pengguna, untuk mengetahui pengaruh *Shopee PayLater* terhadap Kepuasan Pengguna dan untuk mengetahui pengaruh *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Nommensen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Stambuk 2021-2023 yang berjumlah 1.143 orang. Sampel dalam penelitian sebanyak 92 orang yang diambil dengan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji parsial (Uji t), uji signifikansi simultan (Uji F) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *ShopeePay* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna, *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna serta *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023.

Kata Kunci : *ShopeePay*, *Shopee PayLater* dan Kepuasan Pengguna.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunianya penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh ShopeePay dan Shopee PayLater Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2021-2023”**. Skripsi ini adalah salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan Studi Program Sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta kepada bapak **Jonas Sinaga** dan ibu **Rawati Ambarita** penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada bapak dan ibu yang senantiasa tiada henti mendoakan dan mencukupi kebutuhan penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini.

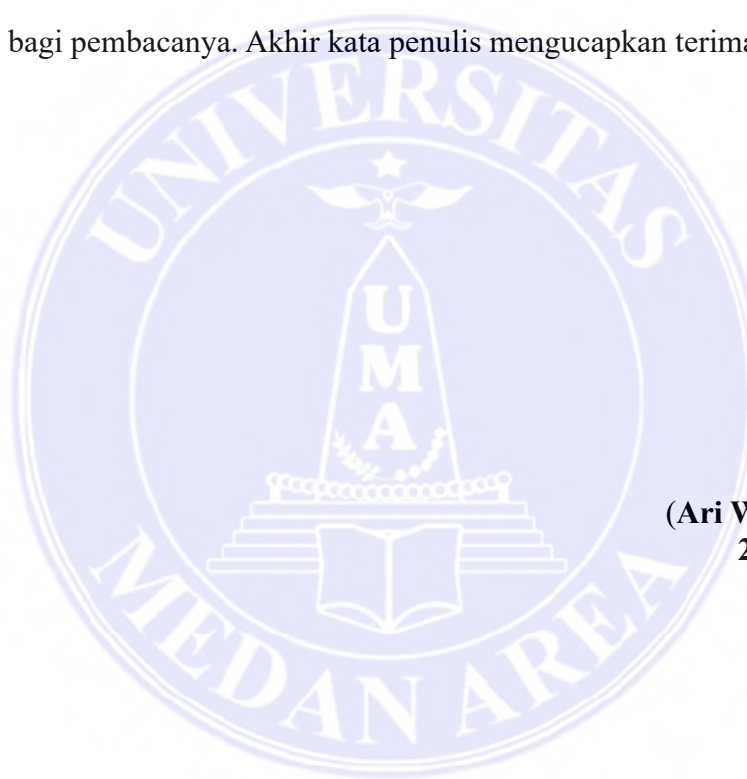
Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat motivasi, bimbingan, kepercayaan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Horns), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
3. Bapak Alfifto, SE, MM selaku Kepala Bidang Minat dan Bakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

4. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
5. Bapak Irwansyah Putra, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberi arahan terhadap skripsi penulis, sehingga skripsi ini dapat di selesaikan dengan baik.
6. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan sehingga skripsi penulis dapat selesai dengan baik.
7. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan sehingga skripsi penulis dapat selesai dengan baik.
8. Kepada Adik penulis Agress Krisnovel Sinaga penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan doanya.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Meida Rogate Pardede. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga dan waktu yang diberikan. Terima kasih telah menjadi rumah kedua bagi saya dan selalu menemani saya dalam segala hal, selalu mendukung dan menghibur saya dalam segala keluh kesah saya, semoga tuhan selalu menjagamu dan apa yang kita harapkan terkabul seperti yang kita inginkan.
10. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak

menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penulisan skripsi. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati. Ini baru awal dari permulaan hidup.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa selalu menjaga setiap setiap saat dan memberikan masa depan yang baik bagi penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan skripsi berguna bagi pembacanya. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.



Penulis

(Ari Wibowo Sinaga)
218320139

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kepuasan Pengguna	12
2.1.1 Kepuasan Pengguna	12
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna ..	12
2.1.3 Indikator Kepuasan Pengguna	13
2.2 <i>ShopeePay</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>ShopeePay</i>	14
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>ShopeePay</i>	14
2.2.3 Indikator <i>ShopeePay</i>	15
2.3 <i>Shopee PayLater</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>Shopee PayLater</i>	16
2.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi <i>Shopee PayLater</i>	17
2.3.3 Indikator <i>Shopee PayLater</i>	18
2.4 Penelitian Terdahulu	19
2.6 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	24
3.4 Defenisi Operasional	25
3.5 Skala Pengukuran Data	26
3.6 Metode Pengumpulan Data	27
3.7 Jenis dan Sumber Data	27
3.7.1 Jenis Data	27
3.7.2 Sumber Data	28
3.8 Uji Instrumen Penelitian	28
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas	30

3.9 Teknik Dan Analisa Data.....	31
3.9.1. Uji Statistik Deskriptif.....	31
3.9.2. Uji Asumsi Klasik.....	31
3.9.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.9.4. Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian	37
4.1.2 Karakteristik Responden.....	38
4.1.3 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.1.4 Analisis Data.....	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Hasil Pra-Survey Kepuasan Pengguna, <i>ShopeePay</i> dan <i>Shopee PayLater</i>	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian.....	23
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.3	Instrumen Skala <i>Likert</i>	26
Tabel 4.1	Skala Likert	38
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.4	Skor Angket untuk Variabel <i>ShopeePay</i> (X_1).....	39
Tabel 4.5	Skor Angket untuk Variabel <i>Shopee PayLater</i> (X_2)	41
Tabel 4.6	Skor Angket untuk Variabel Kepuasan Pengguna (Y)	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>ShopeePay</i> (X_1).... Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Shopee PayLater</i> (X_2). Error! Bookmark not defined.	
	r hitung	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Pengguna (Y)	Error! Bookmark not defined.
	r hitung	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10	Ringkasan Pengujian Reliabilitas Instrumen..... Error! Bookmark not defined.	
	Cronbach Alpha	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11	Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)	47
Tabel 4.12	Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4.13	Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.14	Uji t.....	51
Tabel 4.15	Uji F.....	52
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Presentase Pengguna Dompet Digital di Indonesia 2021.....	6
Gambar 1.2	Layanan <i>PayLater</i> Paling Sering Digunakan Tahun 2021	8
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1	Grafik Histogram	46
Gambar 4.2	Penelitian menggunakan P-Plot	46
Gambar 4.3	Uji Heterokedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	kuisoner Penelitian	63
Lampiran 2	hasil Prasurvey.....	71
Lampiran 3	hasil Olahan Data SPSS.....	73



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era modern saat ini merupakan dampak budaya percepatan dari manual bertransformasi menjadi *instan*. Tidak dapat dipungkiri bahwa belanja *online* menjadi fitur jual beli yang paling banyak diminati oleh semua kalangan masyarakat terutama dikota Medan. Belanja *online* atau yang sering disebut *marketplace* adalah tempat jual beli *online* yang menjadi tempat transaksi antara konsumen dan produsen. Saat ini fitur pembayaran didukung oleh kemudahan transaksi *e-commerce*. Kemajuan zaman membuat kebutuhan dan gaya kehidupan individu berkembang, apalagi pesatnya kemajuan inovasi sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup mereka. Pada pergantian teknologi saat ini, setiap bagian masyarakat yang lebih besar secara konsisten tidak lepas dari internet baik itu untuk berkomunikasi dengan yang lain, mencari data atau lainnya. Salah satu kenyamanan yang bisa dirasakan oleh pengguna internet adalah membuatnya lebih mudah untuk mencari apapun yang diinginkan seperti berbelanja. Contohnya aplikasi *e-commerce* yang berkembang sangat pesat saat ini yaitu Shopee.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak yang besar bagi penggunaanya. Teknologi tersebut merupakan bentuk media baru yang membuat pengguna dengan mudah mengakses informasi secara digital dan menggunakannya untuk berbagai keperluan seperti, berkirin pesan, ,membaca informasi yang diinginkan, berbagi informasi, memudahkan dalam hal pekerjaan

maupun proses belajar mengajar, serta memudahkan untuk melakukan belanja *online* yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

Menurut Alhamid et al., (2023) *e-commerce* digambarkan sebagai jenis mekanisme bisnis elektronik yang berfokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang dan jasa. *E-commerce* menawarkan peluang bisnis yang luar biasa (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan online) dan peningkatan penjualan (Rohm & Swaminathan, 2004)

Wong, (2013) menyatakan bahwa *electronic commerce* atau *e-commerce* adalah suatu perilaku atau tindakan yang dilakukan dengan menggunakan teknologi internet yang berupa proses jual beli serta memasarkan produk maupun jasa, orang-orang yang menggunakan jasa jual beli online untuk menjual barangnya harus memiliki kreatifitas dan berinovasi sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang serupa untuk menghadapi ketatnya persaingan dan mampu untuk memenuhi keinginan konsumen serta kebutuhan konsumen.

E-commerce menurut McLeod Perason yaitu pengguna internet untuk transaksi bisnis jual beli (Perason, 2008). Sedangkan menurut Selly Cashman, *e-commerce* artinya transaksi bisnis melalui internet dimana siapapun dapat mengakses dan mempunyai kemampuan untuk membayar produk yang dibeli (Burhanudin & Baharuddin, 2017) Aplikasi *e-commerce* yang berkembang sangat pesat saat ini yaitu Shopee, hal tersebut disimpulkan dari risset data *DailySocial* tahun 2020 dan 2021. *Platform e-commerce* shopee memungkinkan konsumen

untuk berbelanja dari merek-merek terkenal, sambil menjelajahi toko dan penjual *online* yang baru (Shopee, 2023).

Shopee merupakan *e-commerce* berbasis aplikasi *mobile* yang saat ini sangat berkembang di Indonesia. Shopee didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009 dan pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng Sejak tahun 2015. Keberadaan shopee di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, dengan fitur-fitur yang menarik dan beragam yang diberikan oleh shopee guna untuk memuaskan penggunanya.

Shopee merupakan salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia. Menurut Databooks.katadata.co.id (2023), shopee memiliki lebih dari 237 pengunjung per 1 September 2023. Meskipun pengguna shopee berasal dari kalangan dan usia yang berbeda-beda, namun mayoritas pengguna shopee termasuk dalam kelompok usia dewasa (Hariyanto & Trisunarno, 2021) Maka tidak heran jika shopee terus mengembangkan fitur-fiturnya. Selain itu, Shopee juga memperhatikan kepuasan para konsumennya agar dapat terus berkembang dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu *marketplace* terbesar di Indonesia.

Kepuasan pengguna merupakan perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan konsumen ketika menilai apakah suatu produk yang dibeli sudah sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Rahima & Cahyadi, (2022), bisnis memiliki tantangan untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk yang mereka beli adalah yang terbaik. Oleh karena itu, Perusahaan harus mengembangkan strategi untuk memberikan informasi selengkap mungkin kepada pelanggan tentang produk yang mereka beli serta kelebihan dan kekurangan produk.

Kepuasan pengguna adalah sejauh mana kinerja yang dirasakan suatu produk memenuhi harapan pembeli dan perbandingan pembelian berulang serta biaya yang diharapkan dari loyalitas pengguna. Sedangkan menurut (Runtunuwu et al, 2014) kepuasan pengguna adalah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang terjadi setelah secara mental membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan kinerja atau yang diharapkan.

Sebelumnya peneliti telah melakukan prasurvey kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan dengan menyebarkan kuisioner melalui *whatsapp*. Berikut hasil dari prasurvey yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan.

Tabel 1.1
Hasil Pra-Survey Kepuasan Pengguna, *ShopeePay* dan *Shopee PayLater*

1.1	Hasil Pra-Survey Kepuasan Pengguna						
No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Responden
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Saya merasa puas dengan layanan shopee dan akan menggunakannya lagi	3	6	7	10	5	30
2.	Saya merasa <i>ShopeePay</i> dan <i>Shopee PayLater</i> adalah layanan yang layak untuk direkomendasikan kepada orang lain	3	6	7	12	2	30
1.2	Hasil Pra-Survey <i>ShopeePay</i>						
1.	<i>ShopeePay</i> menyediakan perlindungan yang cukup terhadap resiko penipuan	2	8	7	10	3	30
2.	Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh <i>ShopeePay</i> membuat saya lebih sering bertransaksi	3	7	6	12	2	30

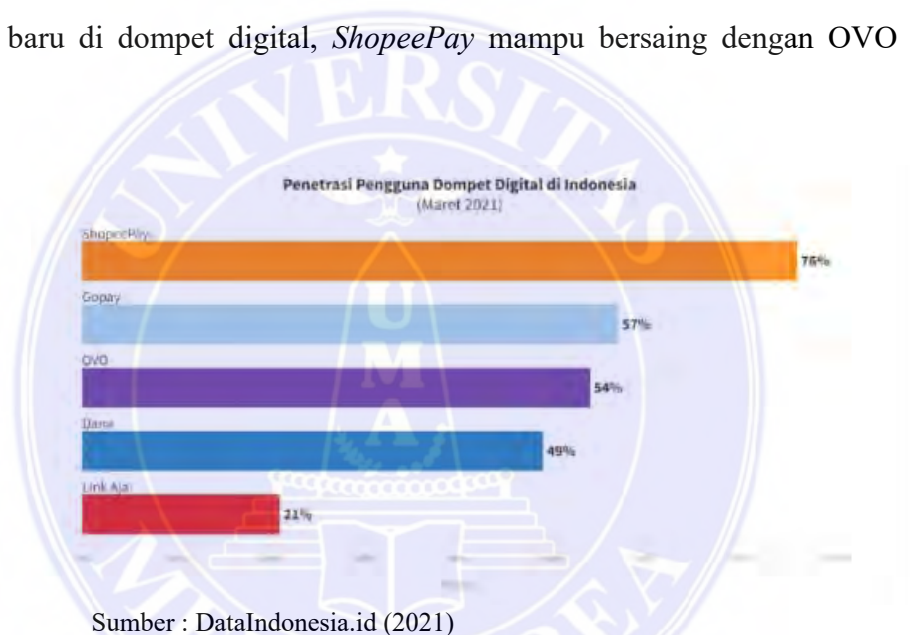
1.3	Hasil Pra-Survey Shopee PayLater						
1	Saya sering menggunakan menggunakan Shopee <i>PayLater</i> untuk melakukan transaksi di Shopee	2	8	8	11	1	30
2	Proses pembayaran dengan Shopee <i>PayLater</i> sangat praktis dan tidak memerlukan waktu yang lama	2	8	9	10	1	30

Sumber : Hasil Prasurvey (2024)

Berdasarkan prasurvey yang telah dilakukan pada 30 responden yang terkait pada Kepuasan Pengguna, *ShopeePay*, dan *Shopee PayLater* dapat disimpulkan Secara keseluruhan, hasil prasurvey menunjukkan bahwa tingkat kepuasan, kepercayaan, dan penggunaan layanan Shopee (termasuk *ShopeePay* dan *Shopee PayLater*) masih rendah di kalangan responden. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan dalam kualitas layanan, perlindungan keamanan, kejelasan fitur, serta promosi yang lebih menarik untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

ShopeePay adalah fasilitas layanan dompet dan *e-money* yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan penyimpanan refund dari toko *e-commerce* Shopee. Bank mencatat transaksi pembayaran digital antar merchant mencapai 2,2 juta pada maret 2020 dengan total nilai nominal Rp 75,1 miliar. Faktanya, pandemi virus corona telah mendorong aktivitas belanja online dan penggunaan layanan uang digital (Detik.com, 23 Maret 2021). *ShopeePay* dapat memenuhi kebutuhan pembayaran cashless menggunakan dana yang sudah tersimpan di dalamnya. *ShopeePay* saat ini dapat bekerja sama dengan berbagai bisnis, termasuk toko online Shopee, restoran, cafe, perusahaan asuransi, dan ribuan

merchant dan toko diseluruh Indonesia. Tidak heran jika saat ini *ShopeePay* memiliki jumlah pengguna yang besar diberbagai kota Indonesia, termasuk Kota Madiun. Berdasarkan laporan Momentum Works yang dikutip dari dataindonesia.id, *ShopeePay* menjadi dompet digital yang paling banyak digunakan pada tahun 2021. Hal ini tercermin dari tingkat penetrasi penggunaan *ShopeePay* yang mencapai 76% pada Maret 2021. Walaupun *ShopeePay* termasuk pemain baru di dompet digital, *ShopeePay* mampu bersaing dengan OVO dan GoPay.



Gambar 1.1
Presentase Pengguna Dompet Digital di Indonesia 2021

Gambar diatas memperlihatkan perkembangan pengguna *e-wallet* di Indonesia. Terbukti bahwasanya *Shopeepay* tetap menjadi *e-wallet* yang paling diminati oleh masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. *Shopeepay* mencetak 76% pengguna yang memiliki selisih cukup jauh dengan *GoPay* yang menduduki urutan kedua yakni sebesar 19%

Menurut Juniarti, (2022) *Shopee PayLater* adalah produk P2P Lending (*Peer to Peer Lending*) yang diberikan oleh PT Lentera Dana Nusantara (LDN) yang

dimana didalamnya menyediakan pinjaman untuk memudahkan peminjam shopee. Akan tetapi, P2P Lending dalam *Shopee PayLater* sedikit berbeda dari pinjaman aplikasi P2P lainnya karena *Shopee PayLater* hanya menyediakan layanan pinjaman untuk membeli barang maupun jasa, dengan penawaran item kredit sebanyak 1,3,6, dan 12 kali cicilan.

Shopee PayLater adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No 77/2016. Jasa ini diberikan oleh shopee yang digunakan sebagai strategi pembayaran saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi shopee. *Shopee PayLater* memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan dengan tagline “Bayar Nanti” (Otoritas Jasa Keuangan, 2016).

Shopee PayLater menyediakan produk pinjaman dengan pinjaman cepat mulai dari Rp. 750.000 tanpa pembelian minimum, pinjaman yang disediakan dapat membeli barang di shopee selain *voucher* digital dengan tempo 30 hari. Pembayaran dibulan depan tidak terkena bunga sedangkan cicilan memiliki besaran bunga *Shopee PayLater* sebesar 2,95% setiap transaksinya dengan fasilitas cicilan 3, 6, dan 12 bulan tanpa memerlukan kartu kredit. Keduanya dikenakan biaya penanganan sebesar 1% setiap transaksi saat menggunakan metode pembayaran *Shopee PayLater*. Tawaran metode pembayaran yang bisa dibayar bulan depan maupun cicilan dengan suku bunga yang rendah membuat *Shopee PayLater* menjadi pilihan menarik bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan dasar mereka dalam keadaan mendesak (Sonia, 2017) Berdasarkan

Databooks 2023, *Shopee PayLater* menjadi layanan bayar nanti atau *paylater* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia.

Berikut merupakan data jumlah pengguna *Shopee PayLater* berdasarkan DailySocial 2021:



Sumber: DailySocial.id

Gambar 1.2
Layanan *PayLater* Paling Sering Digunakan Tahun 2021

Dari gambar diatas menyatakan bahwa karakteristik bayar nanti atau yang sering disebut *paylater* semakin diminati oleh banyak konsumen. Konsumen yang paling banyak menggunakan layanan paylater yaitu *Shopee PayLater* menjadi urutan pertama sepanjang tahun 2021. Persentasenya menjadi 78,4%. Kedatangan karakteristik *paylater* saat ini sangat berkembang pesat dalam hal skala, pertumbuhan serta meliputi usaha. Menurut data yang diambil dari *Fintech Report* 2021 yang diketahui dari DailySocial.id, *paylater* kini berada pada peringkat 2 produk *fintech* yang diketahui oleh kalangan masyarakat luas. Pelayanan paylater kini semakin diminati oleh kalangan masyarakat luas karena memberikan keamanan serta kemudahan pada saat menggunakan kredit secara *online*. Selain itu, penggunaan *paylater* juga dapat menjadi solusi bagi masyarakat luas yang sedang mengalami masalah keuangan.

ShopeePay adalah *website* atau *marketplace* yang bergerak di bidang jual beli online menghubungkan penjual dan pembeli, mudah diakses melalui *smartphone*. *Platform* ini hadir dalam bentuk aplikasi yang praktis serta memudahkan para pengguna ketika melakukan kegiatan transaksi secara online. Aplikasi Shopee merupakan salah satu bentuk perdagangan elektronik yang seluruh proses transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara online. Karena semakin banyaknya pengguna pengguna yang melakukan transaksi secara online maka secara langsung memberikan dampak yaitu rasa kepercayaan pembeli terhadap keamanan transaksi *e-commerce*. (Viona et al., 2021)

Berdasarkan hasil pra-survei diatas, ditemukan bahwa tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan Shopee secara keseluruhan cenderung rendah. Pengguna merasa kurang puas dengan berbagai fitur utama yang ditawarkan, termasuk *Shopee PayLater* dan *ShopeePay*. Responden menunjukkan ketidakpuasan pada aspek efisiensi, kenyamanan, desain aplikasi, perlindungan pengguna, serta layanan pelanggan. Hasil ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk perbaikan di berbagai aspek layanan demi meningkatkan pengalaman dan kepuasan pengguna Shopee secara menyeluruh

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu **“Pengaruh *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2021-2023”**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia, Shopee telah menjadi *platform* yang populer dikalangan konsumen, khususnya mahasiswa. Fitur pembayaran yang fleksibel seperti *Shopee PayLater* (fitur kredit beli sekarang bayar nanti) serta *ShopeePay* (dompet digital yang memudahkan transaksi). Banyak mahasiswa yang semakin sering menggunakan fitur-fitur tersebut untuk berbelanja, terutama karena kemudahan dan keuntungan seperti cashback, diskon eksklusif, dan penawaran khusus, namun ada fenomena yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu adanya merasa ketidakpuasan dengan berbagai aspek di shopee, termasuk perlindungan, layanan pengguna, ketidaknyamanan yang akhirnya berdampak pada ketidakpuasan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas yang telah di uraikan sebelumnya, ada beberapa pertanyaan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *ShopeePay* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee?
2. Apakah pengaruh *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee?
3. Apakah *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *ShopeePay* terhadap Kepuasan Pengguna Shopee
2. Untuk mengetahui pengaruh *Shopee PayLater* terhadap Kepuasan Pengguna Shopee
3. Untuk mengetahui pengaruh *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* terhadap Kepuasan Pengguna Shopee

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah di uraikan diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Untuk memperdalam pengetahuan dan wawasan penulis tentang pengaruh metode pembayaran digital (*ShopeePay* dan *Shopee PayLater*) terhadap kepuasan pengguna di *platform e-commerce*.

2. Bagi Pelaku Bisnis

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan meraih kesuksesan *digital marketing* shopee

3. Bagi Pihak Lainnya

Penelitian ini di harapkan menjadi referensi dan sumbangsih pemikiran yang dapat membantu dan membangun wawasan pemikiran mahasiwa/I khususnya konsentrasi pemasaran di masa depan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pengguna

2.1.1 Kepuasan Pengguna

Menurut pendapat dari (Kotler dan Armstrong., (2019) Kepuasan Pengguna merupakan seberapa jauh tanggapan tentang kualitas produk/jasa dapat sesuai dengan ekspektasi pembeli. Sedangkan Indrasari, (2019) juga berpendapat kepuasan konsumen merupakan rasa Bahagia atau kecewa yang muncul setelah melihat kualitas suatu produk atau jasa sesuai dengan yang diinginkan pengguna.

Kepuasan Pengguna adalah sebuah rasa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen saat menilai produk yang dibeli apakah sesuai dengan yang mereka harapkan ataukah tidak sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Ningsih et al., (2021) Perusahaan memiliki tugas yaitu meyakinkan pelanggan bahwa produk yang dibeli adalah terbaik. Untuk itu perusahaan harus memiliki strategi yaitu dengan memberikan informasi yang selengkapnya kepada pelanggan mengenai produk yang mereka beli baik kekurangan atau kelebihan dari barang tersebut.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna

Menurut Rorin et al., (2020) terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna/konsumen

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas jika barang yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan dan Jasa

Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik

dan sesuai yang diharapkan.

3. Emosi

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia, apabila memakai produk merek tertentu yang cenderung memiliki kepuasan yang tinggi

4. Harga

Pembeli akan merasa puas jika mereka mendapatkan produk yang berkualitas tinggi akan tetapi dengan harga yang lebih .

5. Biaya

Yaitu pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu barang atau jasa tersebut.

2.1.3 Indikator Kepuasan Pengguna

Menurut Indrasari, (2019) ada beberapa Indikator Kepuasan Pengguna yaitu sebagai berikut :

1. Kesesuaian Harapan

Yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.

2. Minat Berkunjung Kembali

Yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan ketersediaan merekomendasikan

yaitu kepuasan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

2.2 *ShopeePay*

2.2.1 Pengertian *ShopeePay*

ShopeePay adalah sebuah metode pembayaran virtual atau uang elektronik (*e-money*) yang disediakan Shopee, dimana untuk bisa menggunakannya pembeli harus isi saldo terlebih dahulu. *ShopeePay* adalah layanan uang elektronik yang dibuat sebagai metode pembayaran dan untuk menyimpan pengembalian dana (Khairunnisa, 2022)

ShopeePay adalah *website* atau *marketplace* yang bergerak di bidang jual beli *online* menghubungkan penjual dan pembeli, mudah diakses melalui *smartphone*. Platform ini hadir dalam bentuk aplikasi yang praktis serta memudahkan para pengguna ketika melakukan kegiatan transaksi secara *online*. Aplikasi *Shopee* merupakan salah satu bentuk perdagangan elektronik yang seluruh proses transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara *online*. Karena semakin banyaknya pengguna pengguna yang melakukan transaksi secara *online* maka secara langsung memberikan dampak yaitu rasa kepercayaan pembeli terhadap keamanan transaksi *e-commerce*. (Viona et al., 2021)

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *ShopeePay*

Menurut dari beberapa sumber faktor-faktor yang mempengaruhi *ShopeePay* yaitu sebagai berikut

1. Kemudahan Penggunaan

Menurut Pandoyo (2021) kemudahan pengguna aplikasi dan proses transaksi berperan besar dalam adopsi *ShopeePay*. Pengguna lebih suka aplikasi yang mudah dinavigasi dan cepat dalam melakukan transaksi.

2. Promosi dan Diskon

Menurut Zahra & Sanaji, (2021) insentif berupa promosi atau diskon untuk pengguna *ShopeePay* dapat meningkatkan minat pengguna untuk mencoba layanan ini.

3. Fitur dan Fungsi

Menurut Lee, (2022) ketersediaan fitur tambahan seperti pembayaran tagihan atau transfer uang, dapat meningkatkan daya Tarik *ShopeePay* sebagai alat pembayaran yang komperensif.

4. Ketersediaan merchant

Semakin banyak merchant yang menerima *ShopeePay* sebagai metode pembayaran, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menggunakan layanan ini (Setyawan et al., 2022)

2.2.3 Indikator *ShopeePay*

Menurut (Novendra & Aulianisa, 2020) terdapat 5 indikator *ShopeePay* yaitu sebagai berikut

1. Keamanan Transaksi

Persepsi pengguna terhadap keamanan sistem pembayaran yang disediakan oleh *ShopeePay*

2. Kualitas Layanan Pelanggan

Responsif dan efisiensi dukungan pelanggan ketika pengguna mengalami masalah

3. Kemudahan Penggunaan

Seberapa mudah pengguna dapat mengakses dan menggunakan *ShopeePay*

4. Ketersediaan Fitur

Varietas fitur yang ditawarkan, seperti promosi, *cashback*, dan metode pembayaran.

5. Promosi dan Insentif

Pengaruh promosi yang ditawarkan oleh shopee untuk menarik pengguna

2.3 *Shopee PayLater*

2.3.1 Pengertian *Shopee PayLater*

Shopee PayLater merupakan salah satu layanan yang saat ini banyak ditawarkan oleh penyedia layanan *online* untuk meningkatkan jumlah konsumen yaitu *Paylater*. Konsep *Paylater* ini mirip dengan kartu kredit dengan kata lain, salah satu pihak meminjamkan uang samapai jumlah tertentu yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan. Layanan fungsional *Paylater* sendiri diatur dalam pasal 1 angka (3) peraturan pengawasan jasa keuangan (POJK) No. 77/POJK.1/206 tentang pelayanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi diartikan sebagai penyediaan jasa keuangan untuk secara langsung mengadakan perjanjian kredit sistem elektronik melalui jaringan internet (Fauzi, 2019).

Paylater merupakan layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar transaksi dikemudian hari, baik dalam satu kali pembayaran maupun dicicil (Novendra & Aulianisa, 2020) Paylater telah tersedia di Eropa selama beberapa waktu, namun beberapa tahun terakhir mulai muncul di pasar Asia sebagai solusi belanja aplikasi online (Utami, 2022).

Sedangkan menurut SS & Putri, (2022) *Shopee PayLater* menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan apakah suatu system menggunakan sistem yang tidak memerlukan banyak usaha atau mudah digunakan, dan mudah dipelajari.

2.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi *Shopee PayLater*

Menurut beberapa sumber, faktor-faktor yang mempengaruhi *Shopee PayLater* adalah

1. Inovasi Teknologi

Menurut Rafiola et al.,(2022) perkembangan teknologi sangat mempengaruhi ketersediaan layanan *PayLater*, termasuk kemampuan *platform e-commerce* untuk melakukan analisis kredit.

2. Tingkat Adopsi Pasar

Menurut Zuhro et al., (2021) minat konsumen pada layanan keuangan berbasis digital seperti *PayLater* meningkat seiring dengan bertambahnya pengguna *e-commerce* dan kemudahan akses terhadap layanan keuangan di *platform digital*.

3. Keamanan dan Regulasi

Raaper & Brown (2020) menyatakan bahwa regulasi pemerintah terkait pinjaman online serta perlindungan data konsumen sangat berpengaruh terhadap bagaimana perusahaan seperti Shopee merancang layanan keuangan mereka.

4. Preferensi Konsumen

Menurut (Alhamid et al., 2023) konsumen cenderung memilih layanan

PayLater karena fleksibilitas dalam pembayaran, sehingga pemahaman tentang perilaku dan preferensi konsumen dapat mempengaruhi bagaimana layanan ini disusun

2.3.3 Indikator *Shopee PayLater*

Menurut Phyta Rahima dan Irwan Cahyadi, terdapat 6 indikator dari fitur *Shopee PayLater* yaitu sebagai berikut :

1. Lama Pengguna

Merupakan tingkat seberapa lama responden saat menggunakan fitur *Shopee PayLater*.

2. Intensitas

Merupakan pemahaman yang diberikan responden saat menggunakan fitur *Shopee PayLater*.

3. Durasi

Yaitu seberapa lama durasi yang dihabiskan responden dalam menggunakan fitur *Shopee PayLater* sekali waktu.

4. Kemudahan Pengoperasian

Yaitu apakah fitur *Shopee PayLater* dapat digunakan dan dioperasikan dengan mudah oleh responden.

5. Kepuasan dengan Produk

Yaitu seberapa puas responden terhadap fitur *Shopee PayLater* karena bisa memenuhi kebutuhan melakukan intrakaksi.

6. Desain

Merupakan tampilan dari fitur *Shopee PayLater*

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

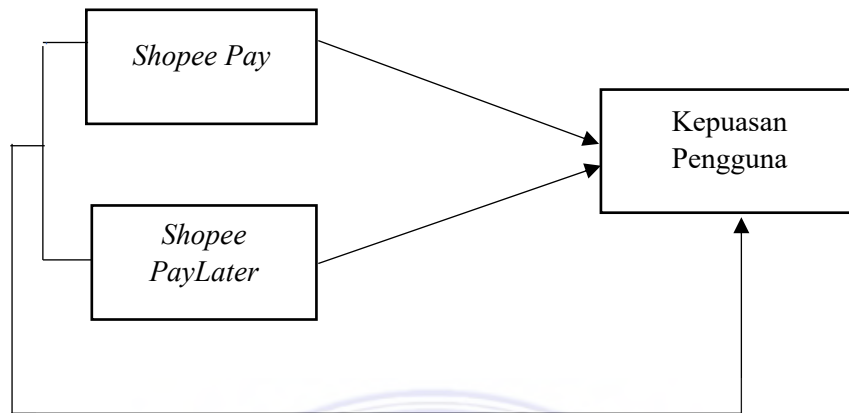
No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	FITRIANA, (2023)	Pengaruh <i>Shopee PayLater</i> , <i>voucher</i> Ongkos Kirim dan <i>Flash Sale</i> Aplikasi <i>Shopee</i> Terhadap Keputusan Pembelian	<i>Shopee PayLater</i> (X1) <i>Voucher</i> Ongkos Kirim (X2) <i>Flash Sale</i> (X3) Keputusan Pembelian (Y)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>Shopee PayLater</i> , <i>Voucher</i> Ongkos Kirim, dan <i>Flash Sale</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2	Pratnyawati & Mardiana, (2023)	Pengaruh <i>Shopee PayLater</i> dan Literasi Keuangan Terhadap Pembelian <i>Impulsive</i> pada Mahasiswa UIN Malang Jurusan Manajemen 2018-2020	<i>Shopee PayLater</i> (X1) Literasi Keuangan (X2) Pembelian <i>Impulsive</i> (Y)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>Shopee PayLater</i> , Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian <i>Impulsive</i>
3	Mertaningrum, (2023)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>ShopeePay</i> Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Berbelanja Pada <i>Ecommerce Shoope</i>	Kemudahan Penggunaan <i>ShopeePay</i> (X2) Kepuasan Konsumen (Y)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>ShopeePay</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
4	Stifani & Rafida, (2023)	Pengaruh Penggunaan <i>PayLater</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian di	Penggunaan <i>PayLater</i> (X1) Kepuasan Pelanggan (Z)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>PayLater</i> berpengaruh positif dan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Aplikasi Shoope	Keputusan Pembelian (Y)	signifikan terhadap Keputusan pembelian
5	Effasa et al., (2024)	Pengaruh Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat Desa Purwosari	Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (X1) Gaya Hidup Konsumtif (Y)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>Shopee PayLater</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup Konsumtif
6	Maharani et al., (2023)	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Beli Ulang (Survey Pada Pengguna <i>E-Wallet ShopeePay</i>)	Kepuasan Pelanggan (X1) Niat Beli Ulang (Y)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli Ulang

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual/berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting (Sugiyono., 2019) Dalam Penelitian ini variabel independennya adalah *Shopee PayLater* dan *ShopeePay*, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan pengguna.

Berdasarkan uraian diatas maka kerangka pemikiran penelitian yang digunakan sebagai acuan penelitian adalah sebagai berikut



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis

Adapun yang dapat dijelaskan dari hipotesis penelitian menurut Sugiyono., (2019) merupakan suatu dugaan terhadap masalah penelitian yang akan diteliti, sehingga harus dicari tau kebenarannya dengan metodologi penelitian yang ditentukan sehingga menjadi hasil penelitian yang konkrit berdasarkan data dan perhitungan secara nyata dan fakta.

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *ShopeePay* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023
2. *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023

3. *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan secara kuantitatif, dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang melibatkan proses pengumpulan dan analisis data numerik secara obyektif untuk menggambarkan, memprediksi, atau mengontrol variabel yang menarik. Penelitian ini diekspresikan dalam angka dan grafik dan digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi teori dan asumsi (Sugiyono., 2019)

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jl. Sutomo No.4A, Perintis, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara, Kode Pos 20235

3.2.2 Waktu Penelitian

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2024-2025									
		Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	
1	Pengajuan Judul										
2	Bimbingan Proposal										
3	Seminar Proposal										
4	Pengumpulan Data										
5	Seminar Hasil										
6	Meja Hijau										

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono, (2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek populasi yang akan diteliti oleh penulis Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Nommensen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Stambuk 2021-2023 yang berjumlah 1.143 orang

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono., (2019) Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk menentukan sampel penelitian digunakan rumus Slovin yaitu

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = *Error level*

Maka:

$$n = \frac{1.143}{1 + 1.143(0,1)^2}$$

$n = 91,9$ maka di bulatkan menjadi 92 responden

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang berjumlah 92 responden. Kriteria mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas HKBP Nommensen medan stambuk 2021-2023 yang memakai *ShopeePay* dan *Shopee PayLater*

3.4 Defenisi Operasional

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>ShopeePay</i> (X1)	<i>ShopeePay</i> adalah fasilitas layanan dompet dan <i>e-money</i> yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan penyimpanan <i>refund</i> dari toko <i>e-commerce</i> <i>Shopee</i> .	1. Keamanan Transaksi 2. Kualitas Layanan Pelanggan 3. Kemudahan Pengguna 4. Ketersediaan Fitur 5. Promosi dan Insentif	L I K E R T
<i>Shopee PayLater</i> (X2)	<i>Shopee PayLater</i> adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No 77/2016	1. Lama Pengguna 2. Intenitas 3. Durasi 4. Kemudahan Pengoprasian 5. Kepuasan dengan Produk 6. Desain	L I K E R T

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kepuasan Pengguna (Y)	Kepuasan pengguna merupakan perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan konsumen ketika menilai apakah suatu produk yang dibeli sudah sesuai dengan harapan konsumen.	1. Kesesuaian Harapan	L
		2. Minat Berkunjung Kembali	I
		3.Ketersediaan	K
		Merekomendasikan	E
			R
			T

Sumber : data di olah peneliti (2024)

3.5 Skala Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala ini juga sering disebut *summated rating scale*, karena digunakan untuk memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan jawaban pernyataan atau pertanyaan yang diberikan (Alfifto, 2024)

Skala interval yang digunakan didalam penelitian ini adalah bersifat *favorable* dimana

Tabel 3.3
Instrumen Skala *Likert*

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, (2019)

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang diteliti.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang variabel-variabel dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk menyingkap identitas penelitian dan untuk mengungkap variabel-variabel dalam penelitian guna mendapatkan informasi spesifik dan melibatkan pengelolaan data dimana pengumpulan data menggunakan alat berupa kuesioner. Metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket memiliki kelebihan yaitu mudah dikelola, data yang diperoleh dapat dipercaya, serta penetapan kode, analisis, dan interpretasi data relatif sederhana. Sedangkan kekurangan dari teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi yang diharapkan dan penyusunan pertanyaan agar mudah dipahami merupakan hal yang tidak mudah.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Menurut Alfito, (2024) berdasarkan pengelompokannya, data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

3.7.2 Sumber Data

Menurut Alfifto, (2024) Sumber data mengacu pada informasi mentah atau pengamatan yang dikumpulkan sebagai informasi. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut

- a. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari para responden yang terpilih
- b. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber dari literatur buku untuk teori-teori, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa skripsi, jurnal ilmiah nasional dan internasional serta data

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Alfifto, (2024) uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Kuesioner dapat dikatakan mempunyai kevalid dan jika pertanyaan yang diajukan peneliti mampu untuk mengungkapkan jawaban dari rumusan masalah suatu penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan tujuan awal penelitian. Apabila hasil dari kuesioner menghasilkan data yang tidak relevan maka kuesioner tersebut mempunyai validitas yang rendah.

Validnya suatu kuesioner dapat diakui apabila nilai r hitung $\geq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut valid. Apabila nilai r hitung $\leq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%) maka dapat dikatakan item pertanyaan tersebut tidak valid. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Berdasarkan survei, kuesioner diberikan kepada 30 responden

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected item- Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
ShopeePay	x1.1	.757	0.361	Valid
	x1.2	.710	0.361	Valid
	x1.3	.835	0.361	Valid
	x1.4	.812	0.361	Valid
	x1.5	.871	0.361	Valid
	x1.6	.845	0.361	Valid
	x1.7	.611	0.361	Valid
	x1.8	.643	0.361	Valid
	x1.9	.714	0.361	Valid
	x1.10	.713	0.361	Valid
Shopee PayLater	x2.1	.781	0.361	Valid
	x2.2	.843	0.361	Valid
	x2.3	.804	0.361	Valid
	x2.4	.781	0.361	Valid
	x2.5	.761	0.361	Valid
	x2.6	.920	0.361	Valid
	x2.7	.775	0.361	Valid
	x2.8	.572	0.361	Valid
	x2.9	.722	0.361	Valid
	x2.10	.745	0.361	Valid
	x2.11	.778	0.361	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected item- Total Correlation	r _{tabel}	Keterangan
	x2.12	.665	0.361	Valid
Kepuasan Pengguna	y1.1	.716	0.361	Valid
	y1.2	.704	0.361	Valid
	y1.3	.904	0.361	Valid
	y1.4	.784	0.361	Valid
	y1.5	.881	0.361	Valid
	y1.6	.633	0.361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2024 (data diolah)

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan, setiap butir pertanyaan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ 0.361, maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60 maka, dinyatakan reliable atau valid. Sebaliknya jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α)< 0,60 maka, dinyatakan tidak reliable atau tidak valid.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Reability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>ShopeePay</i>	0,938	0,60	Reliabel
<i>Shopee PayLater</i>	0,949	0,60	Reliabel
Kepuasan Pengguna	0,916	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian 2024 (data diolah)

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Dengan demikian variabel (ShopeePay ,Shopee PayLater, Kepuasan Pengguna) dapat dikatakan reliabel

3.9 Teknik Dan Analisa Data

3.9.1. Uji Statistik Deskriptif

Uji Analisis deskriptif yaitu suatu metode analisis dimana data-data yang dikumpulkan, diklasifikasikan, dianalisis dan diinterpretasikan secara objektif sehingga memberikan informasi dan gambaran mengenai topik yang akan dibahas.

3.9.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Alfifto, (2024) Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinaryLeast Square* (OLS) untuk memastikan bahwa model regresi yang diperoleh merupakan yang terbaik, dalam hal ketetapan estimasi, tidak bias, serta konsisten

Uji normalitas bertujuan untuk mengenali apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen, keduanya mempunyai distribusi wajar atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan uji histogram, uji kolmogorov-smirnov, dan normal p-plot.

2. Uji Heteroskedesitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain

tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan uji Glejser dan uji Scatterplot..

3. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolineritas dalam model regresi maka dilakukan dengan melihat nilai toleransi 0,1 dan sebaliknya, Sebab Variance Inflasi Factor (VIF) <10 menunjukkan jika data tidak mempunyai masalah multikolineritas.

3.9.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur intensitas pengaruh antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yaitu profitabilitas, *leverage*, kebijakan deviden Terhadap struktur modal. Maka model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y = Variabel dependent (Kepuasan Pengguna)

α = konstanta

β = koefisien regresi

X_1 = Variabel independent (*ShopeePay*)

X_2 = Variabel independent (*Shopee PayLater*)

3.9.4. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, pengujian ini dilakukan pada signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hipotesis akan diterima atau ditolak apabila:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat

2. Uji – simultan (Uji-F)

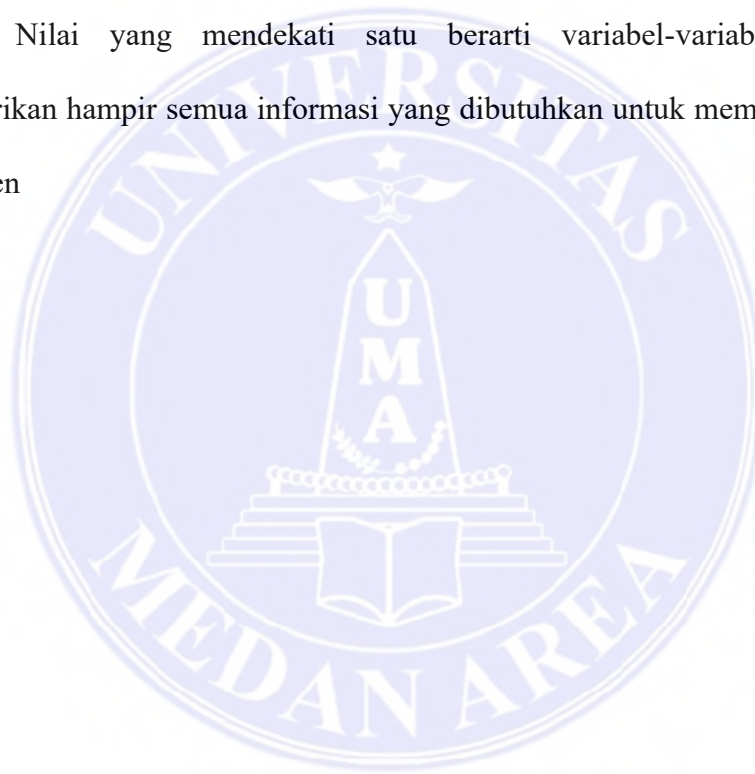
Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak.

Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $Sig < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $Sig > 0,05$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Sugiyono, (2019) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Dari sini dapat diketahui seberapa besar variabel dependen akan mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya akan dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian, maka disimpulkan sebagai berikut:

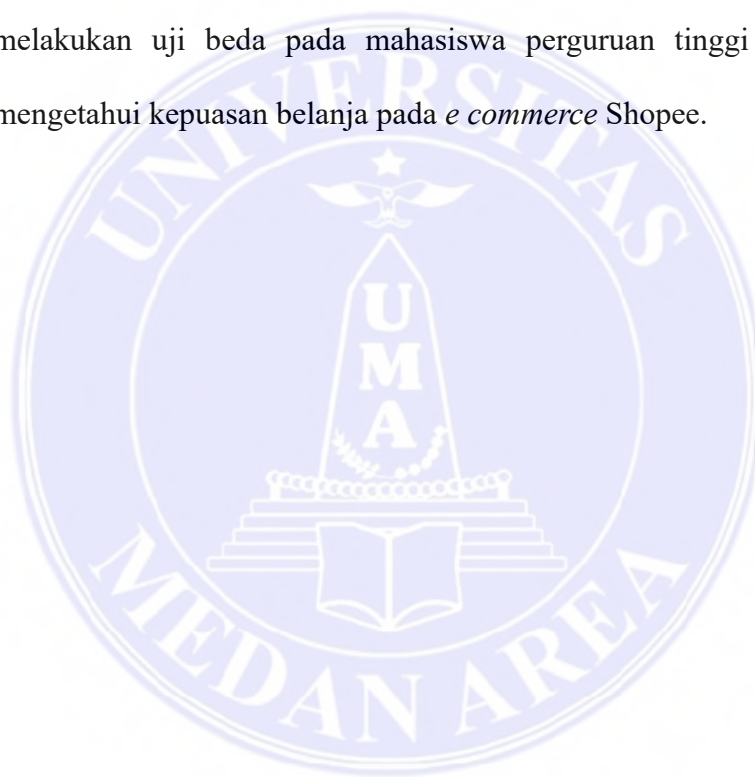
1. *ShopeePay* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023.
2. *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023.
3. *ShopeePay* dan *Shopee PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan stambuk 2021-2023.

5.2 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sabagai berikut:

1. *E-commerce* atau perusahaan penyedia layanan *paylater* untuk dapat memanfaatkan faktor kemudahan bagi pengguna *paylater* dengan agar menimbulkan keiputusan pembelian. Keputusan pembelian dengan menggunakan metode pembayaran *paylater* meningkat pada mahasiswa karena kebutuhan mereka yang terus bertambah dengan belum mampunya kemampuan ekonomi mereka untuk mencukupi pada saat itu juga.

2. Berdasarkan simpulan diatas maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan tambahan variabel lain untuk menguji kepuasan konsumen Shopee, sehingga dapat diketahui variabel lain apa saja yang dapat mempengaruhi penelitian.
3. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih luas dan populasi yang lebih besar lagi, peneliti juga dapat melakukan uji beda pada mahasiswa perguruan tinggi lainnya untuk mengetahui kepuasan belanja pada *e commerce* Shopee.



DAFTAR PUSTAKA

- Alfifto. (2024). *Statistika Penelitian: Konsep dan Kasus*. UMA Press.
- Alhamid, F. R., Halawiyah, M., Cholimah, A. N., & Hanifah, N. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mixue di Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 153–163.
- Burhanudin, B., & Baharuddin, B. (2017). Aplikasi E-Commerce Pada Toko Khairunniswa Berbasis Web. *Simtek: Jurnal Sistem Informasi Dan Teknik Komputer*, 2(1), 7–13.
- Effasa, A. S., Dewi, W. R. S., & Widiyanti, I. P. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY LATER TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MASYARAKAT DESA PURWOSARI. *Prosiding SEMANIS: Seminar Manajemen Bisnis*, 2(1), 19–26.
- FITRIANA, B. A. D. A. K. (2023). Pengaruh Shopee PayLater, Voucher Ongkos Kirim Dan Flash Sale Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian. *UIN Surakarta*.
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh online customer review, online customer rating, dan star seller terhadap kepercayaan pelanggan hingga 59olusi59an pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234–A239.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo press.
- Juniarti, E. (2022). Tinjauan Yuridis Terhadap Peminjaman Dana Pada Fasilitas Shopee PayLater. *E-Journal Fatwa Hukum Faculty Of Law U*, 5.
- Khairunnisa, N. (2022). Persepsi Mengenai Metode Pembayaran E-Wallet ShopeePay Pada Masyarakat Kota Bandung. *FISIP UNPAS*.
- Kotler dan Armstrong. (2019). *Principles of Marketing*. Jakarta.
- Lee, M. H. D. (2022). Customer Willingness to Pay Aplikasi Musik Joox Reguler di Indonesia. *Petra Christian University*.
- Maharani, T., Fatimah, S., & Yusuf, A. (2023). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Survey Pada Pengguna E-Wallet ShopeePay). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(3), 517–532.
- Mertaningrum, N. L. P. E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan ShopeePay Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Berbelanja Pada Ecommerce Shopee. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 7(3), 2799–2804.
- Ningsih, W. W., Udayana, I. B. N., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh kualitas website dan kualitas service terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna shopee. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 459143.

- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183.
- PANDOYO, E. H. (n.d.). RANCANG BANGUN SISTEM PRESENSI PEMINDAI WAJAH MENGGUNAKAN METODE VIOLA-JONES DAN LOCAL BINARY PATTERN DENGAN PUSTAKA OPENCV PYTHON (STUDI KASUS: PONPES ISLAMIC CENTRE AL-HIDAYAH KAMPAR)2021. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU*.
- Pratnyawati, G. D. T., & Mardiana, M. (2023). Pengaruh Shopee PayLater dan literasi keuangan terhadap pembelian impulsive pada mahasiswa UIN Malang jurusan manajemen 2018-2020. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi Dan Informasi*, 24(1), 72–83.
- Raaper, R., & Brown, C. (2020). The Covid-19 pandemic and the dissolution of the university campus: Implications for student support practice. *Journal of Professional Capital and Community*, 5(3/4), 343–349.
- Rafiola, R. H., Sari, P., Smith, M. Bin, Siregar, I. K., & Tuasikal, J. M. S. (2022). Pemberdayaan konselor sebaya sebagai strategi penanganan masalah remaja. *Jurnal Pengabdian Pedagogika*, 1(1), 7–14.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50.
- Rohm, A. J., & Swaminathan, V. (2004). A typology of online shoppers based on shopping motivations. *Journal of Business Research*, 57(7), 748–757.
- Rorin, D., Insana, M., & Johan, R. S. (2020). PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI PENGGUNAAN E-COMMERCE Universitas Indraprasta PGRI Jakarta Email: dwirorin@ gmail. Com dan informasi. Hampir semua rakyat Indonesia bisa dengan mudah menyerap informasi yang Survei lain yang dilakukan oleh Asosiasi Pe. *Hampir Semua Rakyat Indonesia Bisa Dengan Mudah Menyerap Informasi Yang Survei Lain Yang Dilakukan Oleh Asosiasi Pe*, 12(2), 125–137.
- Setyawan, I., Laksono, R., & Gultom, J. R. (2022). Kualitas Layanan Last-Mile Delivery: Studi Komparasi Dua Layanan Pesan-Antar Makanan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2050–2060.
- Sonia, G. (2017). *Educational research and innovation pedagogical knowledge and the changing nature of the teaching profession*. Oecd Publishing.
- SS, V. D., & Putri, Y. K. W. (2022). Purchase decision: do the paylater ease and consumer satisfaction affect it?(case study on Shopee PayLater and gojek paylater). *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 147–164.
- Stifani, S., & Rafida, V. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN PAYLATER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN

PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 313–324.

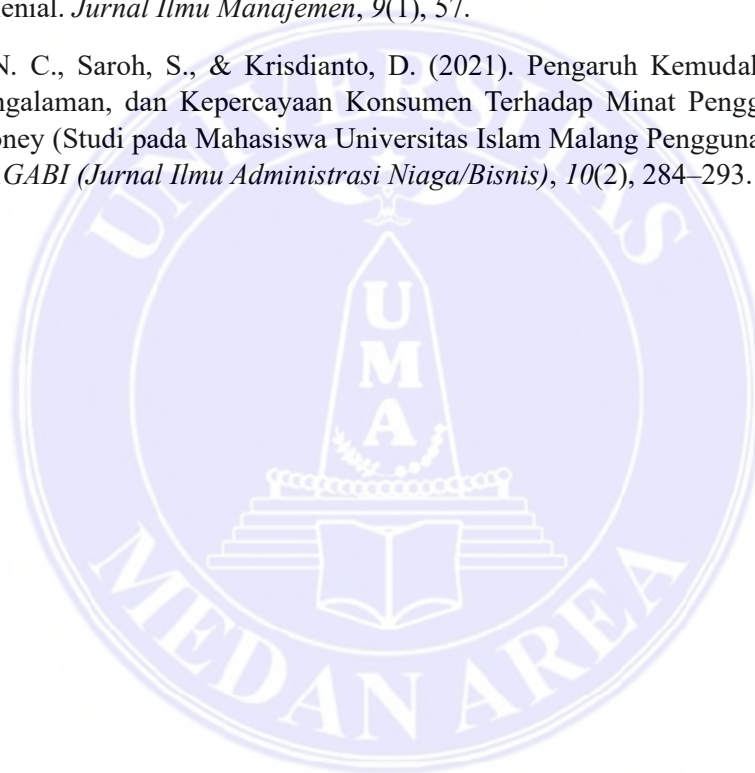
Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Viona, V., Yohanes, K., Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Isnaini, M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Moderen. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 46–65.

Wong, J. (2013). *Internet marketing for beginners*. Elex Media Komputindo.

Zahra, N., & Sanaji, S. (2021). Peran moderasi motivasi hedonis pada pengaruh promosi penjualan terhadap niat penggunaan ulang layanan dompet elektronik di kalangan milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 57.

Zuhro, N. C., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 284–293.



Lampiran

LAMPIRAN
KUISONER PENELITIAN

**PENGARUH *SHOPEEPAY* DAN *SHOPEE PAYLATER* TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN
STAMBUK 2021-2023**

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Ari Wibowo Sinaga

Status : Mahasiswa Universitas Medan Area

Untuk memenuhi penelitian tugas akhir, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I meluangkan sedikit waktu untuk mengisi kuisisioner mengenai tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh ShopeePay dan Shopee PayLater Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis HKBP Nommensen Medan Stambuk 2021-2023”. Kuisisioner ini murni untuk pengembangan ilmu dan tidak ada tujuan lain. Atas Kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/I, saya ucapkan Terimakasih

Medan, 2024

Hormat saya,



Ari Wibowo Sinaga

LAMPIRAN KUISONER PENELITIAN

PENGARUH *SHOPEEPAY* DAN *SHOPEE PAYLATER* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN STAMBUK 2021-2023

I. Karakteristik Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

II. Petunjuk Pengisian

Bapak/ibu saudara/I cukup memilih satu jawaban yang tersedia dengan cara memberi tanda (✓) pada angka-angka yang tersedia dari rentang skala 5 (sangat setuju) hingga skala 1 (sangat tidak setuju) sesuai dengan pilihan bapak/ibu saudara/i.

Keterangan :

- | | |
|------------------------|-----|
| a. Sangat Setuju | : 5 |
| b. Setuju | : 4 |
| c. Kurang Setuju | : 3 |
| d. Tidak Setuju | : 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju | : 1 |

III. Daftar Pernyataan

1. Indikator *ShopeePay* (X1)

A. Keamanan Transaksi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa aman saat melakukan transaksi menggunakan ShopeePay					
2	ShopeePay menyediakan perlindungan yang cukup terhadap resiko penipuan					

B. Kualitas Layanan Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Layanan yang diberikan ShopeePay cepat dalam merespon keluhan saya					
2	Saya puas dengan solusi yang diberikan oleh layanan pelanggan ShopeePay					

C. Kemudahan Pengguna

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa ShopeePay mudah digunakan dalam setiap transaksi					
2	Intruksi penggunaan ShopeePay jelas dan mudah di ikuti					

D. Ketersediaan Fitur

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	ShopeePay memiliki fitur yang memadai untuk kebutuhan saya					
2	Saya merasa fitur yang ditawarkan oleh ShopeePay sangat berguna					

E. Promosi dan Insentif

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh ShopeePay membuat saya lebih sering bertransaksi					
2	Saya merasa tertarik menggunakan ShopeePay karena insentif yang diberikan					

2. Indikator *Shopee PayLater* (X2)

A. Lama Pengguna

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lama penggunaan Shopee PayLater membuat saya semakin nyaman dalam melakukan transaksi					
2.	Saya sudah menggunakan Shopee PayLater dalam jangka waktu yang cukup lama					

B. Intensitas

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering menggunakan Shopee PayLater untuk melakukan transaksi di shopee					
2	Saya menggunakan Shopee PayLater untuk hamper setiap pembelian di shopee					

C. Durasi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Durasi penggunaan Shopee PayLater dalam satu transaksi cukup singkat dan efisien					
2	Saya merasa waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi dengan Shopee PayLater sangat memuaskan					

D. Kemudahan Pengoperasian

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa pengoperasian Shopee PayLater mudah dipahami dan mudah digunakan					

2	Proses pembayaran dengan Shopee PayLater sangat praktis dan tidak memerlukan waktu lama					
---	---	--	--	--	--	--

E. Kepuasan Dengan Produk

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan Shopee PayLater karena memudahkan saya dalam berbelanja.					
2	Saya puas dengan layanan Shopee PayLater dalam mendukung kebutuhan transaksi					

F. Desain

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Desain aplikasi Shopee PayLater mempermudah saya dalam melakukan transaksi					
2	Tampilan Shopee PayLater cukup menarik dan meningkatkan pengalaman berbelanja saya di shopee					

3. Kepuasan Pengguna

A. Kesesuaian harapan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Layanan shopee sesuai dengan ekspektasi saya					
2	Fitur-fitur yang ditawarkan oleh shopee sesuai dengan apa yang saya harapkan					

B. Minat Berkunjung Kembali

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik untuk terus menggunakan shopee sebagai platform belanja dengan layanan ShopeePay dan Shopee PayLater					
2	Saya puas dengan layanan shopee dan akan menggunakannya lagi					

C. Ketersediaan Merekomendasikan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya merasa ShopeePay dan Shopee PayLater adalah layanan yang layak untuk direkomendasikan kepada orang lain					

2	Saya akan menganjurkan orang lain untuk mencoba ShopeePay dan Shopee PayLater berdasarkan pengalaman saya					
---	---	--	--	--	--	--



LAMPIRAN

HASIL PRASURVEY

**PENGARUH *SHOPEEPAY* DAN *SHOPEE PAYLATER* TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA SHOPEE PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN
STAMBUK 2021-2023**

Tabel 1.1
Hasil Pra-survey Kepuasan Pengguna

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Responden
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Layanan shopee sesuai dengan ekspektasi saya	3	8	5	9	5	30
2.	Saya merasa puas dengan layanan shopee dan akan menggunakannya lagi	3	6	7	10	4	30
3.	Saya merasa ShopeePay dan Shopee Paylater adalah layanan yang layak untuk direkomendasikan kepada orang lain	3	6	7	12	2	30

Sumber : Hasil Prasurvey (2024)

Tabel 1.2
Hasil Pra-Survey *ShopeePay*

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Responden
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	ShopeePay menyediakan perlindungan yang cukup terhadap resiko penipuan	2	8	7	10	3	30
2.	Layanan yang diberikan ShopeePay cepat dalam merespon keluhan saya	2	6	8	11	3	30
3.	Saya merasa ShopeePay mudah digunakan dalam setiap transaksi	1	10	8	9	2	30
4.	Saya merasa fitur yang ditawarkan oleh ShopeePay sangat berguna	3	7	8	11	1	30
5.	Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh ShopeePay membuat saya lebih sering bertransaksi	3	7	6	12	2	30

Sumber : Hasil Prasurvey (2024)

Tabel 1.3
Hasil Pra-Survey *Shopee PayLater*

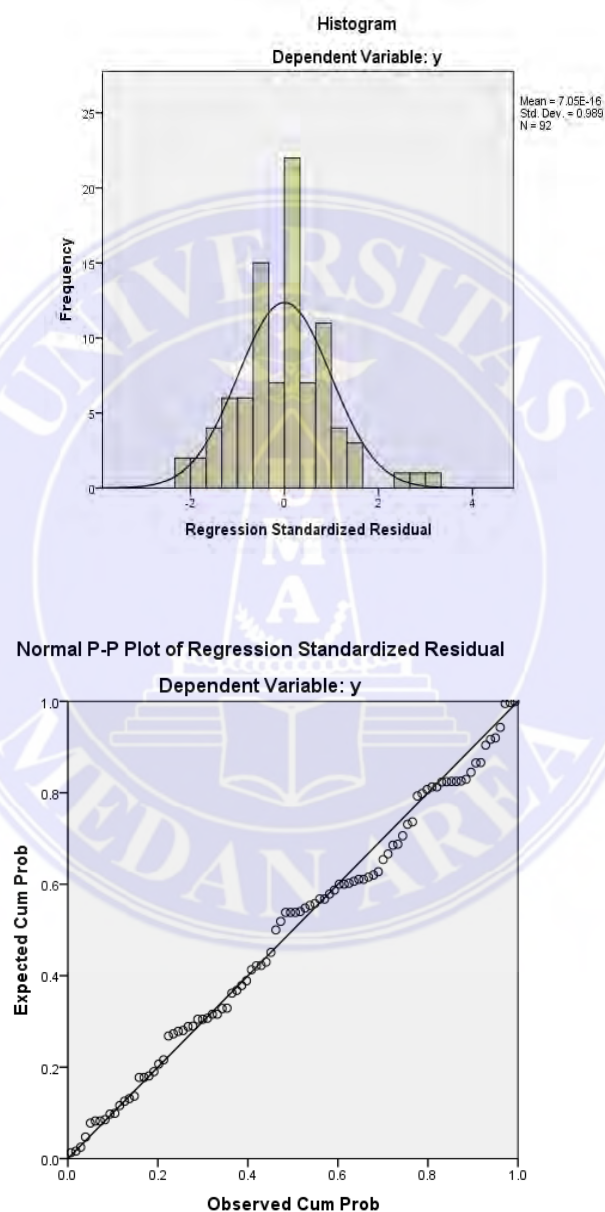
No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah Responden
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Lama penggunaan Shopee PayLater membuat saya semakin nyaman dalam melakukan transaksi	3	7	11	8	1	30
2	Saya sering menggunakan Shopee PayLater untuk melakukan transaksi di shopee	2	8	8	11	1	30
3	Durasi penggunaan Shopee PayLater dalam satu transaksi cukup singkat dan efisien	3	7	9	9	2	30
4	Proses pembayaran dengan Shopee PayLater sangat praktis dan tidak memerlukan waktu yang lama	2	8	9	10	1	30
5	Saya merasa puas dengan Shopee PayLater karena memudahkan saya dalam berbelanja	4	8	8	9	1	30
6	Desain aplikasi Shopee PayLater mempermudah saya dalam melakukan transaksi	3	7	6	12	2	30

Sumber : Hasil Prasurvey (2024)

HASIL OLAHAN DATA SPSS

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data



Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.36768083
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.061
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

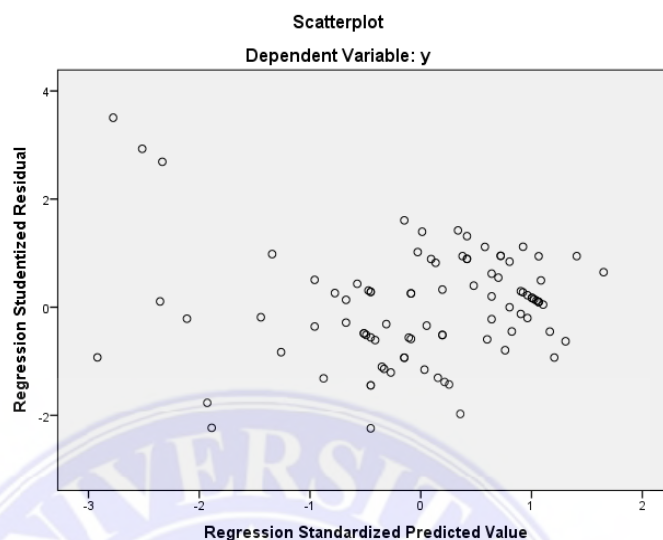
b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.394	1.513		2.243	.027		
x1	.296	.083	.449	3.546	.001	.277	3.612
x2	.178	.063	.359	2.835	.006	.277	3.612

a. Dependent Variable: y

c. Uji Heteroskedastistitas



2. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.394	1.513		2.243	.027		
x1	.296	.083	.449	3.546	.001	.277	3.612
x2	.178	.063	.359	2.835	.006	.277	3.612

a. Dependent Variable: y

3. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.394	1.513		2.243	.027		
x1	.296	.083	.449	3.546	.001	.277	3.612
x2	.178	.063	.359	2.835	.006	.277	3.612

a. Dependent Variable: y

4. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	780.732	2	390.366	68.104	.000 ^b
Residual	510.138	89	5.732		
Total	1290.870	91			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

5. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.778 ^a	.605	.596	2.39414	2.025

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate (061) 7360168, 7366878, 7364348 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: umr_medanarea@uma.ac.id

20 Desember 2024

Nomor : 4791 /FEB/01.I/XII/2024
Lamp. : -
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Hkbp Nommensen Medan

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara-saudari, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

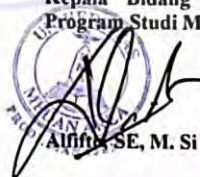
Nama : Ari wibowo sinaga
NPM : 218320139
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh ShopeePay Dan Shopee Paylater Terhadap Kepuasan Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hkbp Nommensen Medan Stambuk 2021-2023

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research / Survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

An. Kaprodi
Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi
Program Studi Manajemen


Ainun SE, M. Si





UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Sutomo No.4 A Telepon (061) 4522922 ; 4522831 ; 4565635 P.O.Box 1133 Fax. 4571426 Medan 20234 - Indonesia

No. : 012 /FEB/2025

Hal. : Selesai Melaksanakan Penelitian

Lamp. : -

14 Januari 2025

Kepada Yth, :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan menerangkan bahwa :

Nama : Ari Wibowo Sinaga

NPM : 218320139

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Shopeepay* dan *Shopee Paylater* Terhadap Kepuasan Pengguna *Shopee* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan Stambuk 2021-2023.

telah selesai melaksanakan penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



Dr.E. Hamonangan Siallagan, S.E., M.Si.

E-mail : uhn@mail.uhn.ac.id / website : <http://www.uhn.ac.id>