

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Profil Desa Srimulyo Kecamatan Air Salek Kabupaten Banyuasin

Penelitian dilaksanakan di Desa Srimulyo Kecamatan Air Salek Kabupaten Banyuasin. Desa Srimulyo merupakan salah satu desa di Kecamatan Air Salek Kabupaten Provinsi Sumatera Selatan. Kabupaten Banyuasin memiliki daerah penghasil beras salah satunya di Kecamatan Air Salek tepatnya di Desa Srimulyo. Desa Srimulyo adalah salah satu desa yang terdapat diantara 14 desa di Kecamatan Air Salek.

Desa Srimulyo sendiri merupakan salah satu Desa yang terbentuk karena adanya program transmigrasi yang dibuat oleh pemerintahan orde baru yang pada saat itu dipimpin oleh Presiden Soeharto. Dengan adanya program transmigrasi dimaksudkan dalam rangka pemerataan penduduk yang terhitung padat penduduk kedaerah-daerah yang masih belum banyak penduduk, program transmigrasi juga diupayakan untuk memberantas kemiskinan dan mensejahterahkan rakyat.

Masyarakat di Desa Srimulyo mayoritas berasal dari pulau Jawa dan Bali serta masyarakat mayoritas petani yang menggantungkan hidupnya pada kegiatan usaha tani padi. Desa Srimulyo ini berdiri sejak

tahun 1980. Letak geografi pada Desa Srimulyo yaitu seluas 16,63 km² atau 5,15 % yang termasuk dataran.¹

2. Visi & Misi

a. Visi

Terselenggaranya pelayanan pemerintah dan pembangunan yang menyatuh langsung kebutuhan dasar masyarakat yang berkualitas dan professional dengan mendayagunakan peran serta masyarakat menuju kehidupan yang dinamis, aman dan sejahtera.

b. Misi

1. Memberikan administrasi pemerintah dan pembangunan yang berkualitas dan professional
2. Mendayagunakan peras serta masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan guna terjuwud hasil optimal.
3. Menyelenggarakan koordinasi pengembangan pelayanan dasat bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan masyarakat. Kamtibnas dan kemasyarakatan menuju terciptanya kehidupan yang dinamis dan sejahtera.

3. Motto & Janji Layanan

1. Motto

“Melayani secara mudah cepat, tepat dan transparan”

2. Janji Layanan

1. Melayani dengan sopan , sapaan dan santun
2. Memberikan pelayanan dengan mudah dan cepat
3. Memberikan informasi secara tepat dan transparan
4. Menerima kritik dan saran

¹Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuasin- BPS Statistic Of Banyuasin Regency, “*Kecamatan Air Salek Dalam Angka 2023*”, hal 5-9

4. Jumlah Penduduk

Dilihat dari jumlah penduduk per desa di Kecamatan Air Salek, Desa Srimulyo merupakan desa yang memiliki jumlah penduduk terbesar yaitu 3.713 jiwa, dengan jumlah penduduk laki-laki sebesar 1.931 dan perempuan sebesar 1.782. Serta Desa Srimulyo merupakan wilayah yang memiliki kepadatan penduduk terbesar diantara desa lainnya yaitu 223,23 jiwa per km².²

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuisioner yang telah dilakukan pada generasi Z di Desa Srimulyo Kecamatan Air Salek Kabupaten Banyuasin, maka diperoleh beberapa karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|---------------|------------|----------------|
| Laki-laki | 34 | 34% |
| Perempuan | 66 | 66% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Data Diolah Peneliti (2023)

Tabel 4.1 diatas memperlihatkan bahwa jumlah responden yang paling dominan atau paling banyak merupakan responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 66 responden atau 66%, sedangkan responden laki-laki yaitu sebesar 34 responden atau 34%.

² Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuasin- BPS Statistic Of Banyuasin Regency, “*Kecamatan Air Salek Dalam Angka 2023*”, hal 23-27

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia | jumlah | Persentase (%) |
|---------------------|---------------|-----------------------|
| 13 Tahun – 16 Tahun | 6 | 6 % |
| 17 Tahun – 20 Tahun | 25 | 25 % |
| 21 Tahun – 24 Tahun | 57 | 57% |
| 25 Tahun – 28 Tahun | 12 | 12% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Tabel 4.2 diatas menjelaskan karakteristik responden yang berdasarkan usia. Responden pada penelitian ini paling banyak didominasi pada usia 21 tahun hingga usia 24 tahun yaitu 57%, selanjutnya pada usia 17 tahun hingga 20 tahun yaitu 25%, usia 25 hingga 28 tahun yaitu 12% dan paling sedikit pada usia 13 tahun hingga 16 tahun yaitu 6 %.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| Pendidikan | Jumlah | Persentase (%) |
|-------------------|---------------|-----------------------|
| SMP | 2 | 2% |
| SMA | 50 | 50% |
| D3 | 6 | 6% |
| S1 | 36 | 36% |
| Pasca Sarjana | 6 | 6 % |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang paling didominasi oleh pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu 50 responden atau 50%, selanjutnya pendidikan S1 yaitu 36 responden atau 36%, pendidikan D3 dan Pasca Sarjana yaitu 6 responden atau 6 % dan paling sedikit pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yaitu 2 responden atau 2%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah | Persentase (%) |
|-------------------------|---------------|-----------------------|
| Wiraswasta | 10 | 10% |
| Pegawai Negri/TNI/POLRI | 1 | 1% |
| Pelajar | 23 | 23% |
| Mahasiswa | 40 | 40% |
| Lainnya | 26 | 26% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan paling banyak didominasi pada responden yang masih berstatus mahasiswa yaitu 40 responden atau 40%, pekerjaan lainnya yaitu 26 responden atau 26 %, pelajar yaitu 23 responden atau 23%, wiraswasta yaitu 10 responden atau 10% dan pegawai negeri/TNI/POLRI yaitu 1 responden atau 1%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/bulan

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/bulan

| Pendapatan/bulan | Jumlah | Persentase (%) |
|------------------------------|------------|----------------|
| < Rp. 1.000.000 | 62 | 62% |
| Rp.1.000.000 – Rp. 3.500.000 | 35 | 35% |
| > Rp. 3.500.000 | 3 | 3% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan karakteristik berdasarkan pendapatan/bulan yang paling banyak didominasi responden yang berpendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 yaitu 62 responden atau 62%, pendapatan/bulan Rp. 1 000.000 – Rp. 3.500.000 yaitu 35 responden atau 35% dan pendapatan/bulan lebih dari Rp. 3.500.000 yaitu 3 responden atau 3%.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas & Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui mengukur setiap item pernyataan yang diajukan dalam kuisisioner sah atau valid sehingga dapat sesuai dengan hasil yang diharapkan. Validitas ini ditentukan dengan membandingkan nilai r-tabel dan r-hitung. Jika r-hitung > r-tabel maka item pernyataan dikatakan valid. Sebaliknya jika r-hitung < r-tabel maka item pernyataan dikatakan tidak valid. Dalam penelitian ini digunakan SPSS.16 dengan taraf signifikan 0,05 dan *degree of freedom* (df) = n-2 dan n adalah jumlah responden. Dalam penelitian

ini jumlah responden 100 orang, maka $df = 100 - 2$ hasilnya $df = 98$. Hasil uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.6
Uji Validitas

| No | Variabel | Item (Pernyataan) | r-tabel | r-hitung | keterangan |
|----|---------------------|----------------------|---------|----------|------------|
| 1. | Kepercayaan (X1) | X1.1 | 0,196 | 0,852 | Valid |
| | | X1.2 | | 0,852 | Valid |
| | | X1.3 | | 0,831 | Valid |
| | | X1.4 | | 0,632 | Valid |
| | | X1.5 | | 0,818 | Valid |
| | | X1.6 | | 0,808 | Valid |
| 2. | Kemudahan (X2) | X2.1 | 0,196 | 0,728 | Valid |
| | | X2.2 | | 0,793 | Valid |
| | | X2.3 | | 0,803 | Valid |
| | | X2.4 | | 0,810 | Valid |
| | | X2.5 | | 0,777 | Valid |
| | | X2.6 | | 0,772 | Valid |
| | | X2.7 | | 0,858 | Valid |
| | | X2.8 | | 0,814 | Valid |
| | | X2.9 | | 0,823 | Valid |
| | | X2.10 | | 0,842 | Valid |
| | | X3.1 | | 0,374 | Valid |
| | | X3.2 | | 0,891 | Valid |
| | | X3.3 | | 0,867 | Valid |

| | | | | | |
|----|--|------|-------|-------|-------|
| 3. | Risiko (X3) | X3.4 | 0,196 | 0,880 | Valid |
| | | X3.5 | | 0,785 | Valid |
| | | X3.6 | | 0,852 | Valid |
| 4. | Keputusan Berbelanja Online (Y) | Y1 | 0,196 | 0,864 | Valid |
| | | Y2 | | 0,818 | Valid |
| | | Y3 | | 0,809 | Valid |
| | | Y4 | | 0,838 | Valid |
| | | Y5 | | 0,837 | Valid |
| | | Y6 | | 0,833 | Valid |
| | | Y7 | | 0,875 | Valid |
| | | Y8 | | 0,864 | Valid |
| | | Y9 | | 0,861 | Valid |
| | | Y10 | | 0,854 | Valid |
| | | Y11 | | 0,812 | Valid |
| | | Y12 | | 0,802 | Valid |

Sumber: Data Diolah oleh Penulis, (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas maka dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari semua item pernyataan penelitian menunjukkan nilai r -hitung $>$ r -tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan tersebut sah atau valid serta layak digunakan dalam kuisisioner.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuisisioner dengan tujuan untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skala pengukuran. Dalam pengukuran reliabilitas, kuisisioner dinyatakan reliable

apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Batas Kritis | Keterangan |
|---------------------------------|-------------------------|---------------------|-------------------|
| Kepercayaan (X1) | 0,887 | 0,60 | Realible |
| Kemudahan (X2) | 0,938 | 0,60 | Realible |
| Risiko (X3) | 0,879 | 0,60 | Realible |
| Keputusan Berbelanja Online (Y) | 0,962 | 0,60 | Realible |

Sumber: Data Diolah oleh Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel mendapatkan Cronbach's Alpha > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa X1, X2, X3 dan Y memiliki pernyataan yang reliable atau andal.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian masing-masing variabel menyebar secara normal atau tidak. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas yang signifikan dan lebih besar dari α 0,05 dikatakan data terdistribusi normal, sebaliknya apabila nilai probabilitas lebih kecil dari α 0,05, maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.8
Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|---|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Srd. Deviation | 5.03522920 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .126 |
| | Positive | .126 |
| | Negative | -.010 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.259 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .084 |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan hasil bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal yang dilihat dari nilai probabilitas signifikan 0,08 yang lebih besar dari α 0,05 dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov.

Uji normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan cara P-Plot. Uji normalitas data dengan normal P-Plot, suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang meyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Berikut adalah gambar 4.1 hasil uji normalitas pada kurva normal P-Plot.

Gambar 4.1

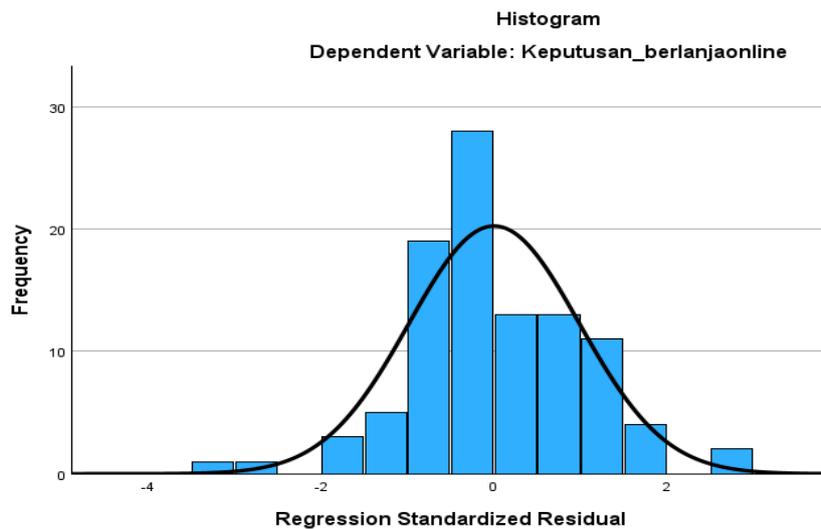
Uji Normalitas P-Plot



Sumber : Diolah Oleh Penulis, (2024)

Gambar 4.2

Uji Normalitas Histogram



Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Dengan melihat gambar 4.1 grafik normal P-Plot maupun 4.2 kurva histogram dapat disimpulkan kurva histogram memberikan pola yang seimbang. Dan grafik P-Plot terlihat titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Dari kurva dan grafik diatas

menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak digunakan.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians tabel tidak sama untuk semua pengamat. Jika varians residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedasitas dalam model atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independent dengan nilai absolut residualnya:

1. Nilai probabilitas signifikan $< 0,05$, maka terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Nilai probabilitas signifikan $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Uji Heteroskedastisitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 15,033 | 2.410 | | 6.238 | ,000 |
| 1 Kepercayaan (X1) | -,203 | ,166 | -,232 | -1,223 | ,224 |
| Kemudahan (X2) | -,121 | ,102 | -,224 | -1,186 | ,239 |
| Risiko (X3) | -,092 | ,067 | -,124 | -1,367 | ,175 |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu variabel

Kepercayaan (X1) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,224 > 0,05$, variabel Kemudahan (X2) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,239 > 0,05$ dan variabel Risiko (X3) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,175 > 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji adanya kolerasi diantara variabel bebas (independen) pada model regresi yang ditentukan. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolonieritas apabila nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 . Hasil pengujian pada penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 4.10
Uji Multikolonieritas

| Variabel | <i>Tolerance</i> | VIF |
|------------------|------------------|-------|
| Kepercayaan (X1) | 0,226 | 4,425 |
| Kemudahan (X2) | 0,226 | 4,420 |
| Risiko (X3) | 0,990 | 1,010 |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh nilai *tolerance* $> 0,10$ (dengan X1 = 0,226; X2 = 0,226; X3 = 0,990) maka dapat dikatakan diantara variabel tidak terjadinya multikolonieritas. Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel X < 10 (dengan X1 = 4,425; X2 =

4,420; X3 = 1,010) dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala multikolonieritas antara variabel independen dalam model regresi dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Bila dua variabel atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (di naik turunkan) nilainya. Regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi keadaan dimasa yang akan datang berdasarkan data masa lalu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap jumlah variabel yang tidak bebas. Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 16 ditunjukkan dalam pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4.11
Analisis Regresi Linear Berganda

| Variable | Coefficient |
|------------------|--------------------|
| Constant | 10,666 |
| Kepercayaan (X1) | 0,362 |
| Kemudahan (X2) | 0,621 |
| Risiko (X3) | 0,260 |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 10,666 + 0,362 X1 + 0,621 X2 + 0,260 X3 + e$$

Analisis terhadap persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil persamaan regresi diatas, diperoleh nilai konstan sebesar 10,666 hal tersebut berarti apabila kondisi semua variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Risiko (X3) dianggap konstan, maka jumlah Keputusan Berbelanja *Online* (Y) pada generasi Z menggunakan Shopee *Paylater* yang dihasilkan adalah sebesar 10,666.
2. Berdasarkan persamaan regresi diatas variabel Kepercayaan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,362 yaitu positif. Dengan asumsi bahwa variabel lain konstan, apabila variabel Kepercayaan (X1) naik satu satuan, maka jumlah Keputusan Berbelanja *Online* (Y) pada generasi z yang dihasilkan sebesar 0,362.
3. Berdasarkan persamaan regresi diatas variabel Kemudahan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,621 yaitu positif. Dengan asumsi bahwa variabel lain konstan, apabila variabel Kemudahan (X2) naik satu satuan, maka jumlah Keputusan Berbelanja *Online* (Y) pada generasi z yang dihasilkan sebesar 0,621.
4. Berdasarkan persamaan regresi diatas variabel Risiko (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,260 yaitu positif. Dengan asumsi bahwa variabel lain konstan, apabila variabel Risiko (X3) naik satu satuan, maka jumlah Keputusan Berbelanja *Online* (Y) pada generasi z yang dihasilkan sebesar 0,260.

4. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas secara masing-masing parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) pada tingkat kepercayaan sebesar 95% ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) dengan

menganggap variabel bebas bernilai konstan. Rumus yang digunakan untuk mencari yaitu $df = n - k - 1 = t$ tabel

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel independen

pengambilan keputusan di uji dalam uji parsial dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $sig. < \alpha = 5\% (0,05)$ atau $>$ maka H_a diterima dan H_o ditolak artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara setiap variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $sig. > \alpha = 5\% (0,05)$ atau $<$ maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai t -hitung $>$ t -tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu sebaliknya. Dan $df = n - k - 1$ $df = 100 - 3 - 1 = 1,984$ (t -tabel). Dalam penelitian ini uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12
Uji Parsial (Uji T)

| Variabel | T | Sig |
|------------------|-------|-------|
| Kepercayaan (X1) | 1,468 | 0,145 |
| Kemudahan (X2) | 4,106 | 0,000 |
| Risiko (X3) | 2,603 | 0,011 |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen yaitu sebagai berikut:

1) Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Keputusan Berbelanja Online Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui variabel Kepercayaan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar $1,468 <$ dari t tabel sebesar 1,984 dan signifikan $0,145 >$ dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel Keputusan Berbelanja Online Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater. Maka dari itu dari variabel Kepercayaan H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima.

2) Pengaruh Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Berbelanja Online Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui variabel Kemudahan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar $4,106 >$ dari t tabel sebesar 1,984 dan signifikan $0,000 <$ dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kemudahan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berbelanja Online Menggunakan Shopee Paylater. Maka dari itu variabel Kemudahan H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak.

3) Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Keputusan Berbelanja Online Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui variabel Risiko (X3) memiliki nilai t hitung sebesar $2,603 >$ dari t tabel sebesar 1,984 dan signifikan $0,011 <$

dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Risiko secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Keputusan Berbelanja *Online* Menggunakan Shopee *Paylater*. Maka dari itu variabel Risiko H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara variabel secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah variabel Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater*. Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai F hitung $>$ F tabel dan nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Risiko (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater* dan sebaliknya. Hasil dari uji simultan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Uji Simultan (Uji F)

| F | Sig |
|----------|------------|
| 47, 852 | 0,000 |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan hasil uji F yang dapat dipergunakan untuk memprediksi aspek-aspek variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) Risiko (X3) terhadap Keputusan Berbelanja Online (Y) Menggunakan

Pembayaran Shopee *Paylater*. F-hitung dan F-tabel yang dihasilkan 2,700, yang diperoleh dari $df_1 = k-1$ ($4-1 = 3$) dan $df_2 = n-k$ ($100-4 = 96$), k adalah jumlah keseluruhan variabel X + Y dan n adalah jumlah responden. Dengan nilai F-hitung > dari F-tabel ($47,825 > 2,700$) dan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hal ini menunjukkan bahwa H_{a4} diterima dan H_{o4} ditolak, yang artinya variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) Risiko (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Berbelanja Online Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater* pada generasi Z.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1, jika nilai R^2 semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R^2 semakin mendekati 0, berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.14

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| R | R Square |
|----------|-----------------|
| 0,774 | 0,599 |

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, (2024)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,599. Hal ini berarti 59,9% variabel independen berupa Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Risiko (X3) dapat mempengaruhi variabel dependen berupa Keputusan Berbelanja *Online* (Y) Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater*. Dan sisanya yaitu sebesar 40,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang terdapat diluar model penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan (X1) Terhadap Keputusan Berbelanja *Online* (Y) Menggunakan Pembayaran Shoppe *Paylater* Pada Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka secara parsial variabel Kepercayaan (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berbelanja *Online* (Y) Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater*. Hal ini ditunjukkan dari nilai t-hitung 1,468 yang lebih kecil dari t-tabel 1,984 dan nilai probabilitas signifikan 0,14 lebih besar dari 0,05. Jadi kesimpulannya konsumen ketika menentukan keputusan berbelanja secara online, konsumen merasa ragu/tidak memiliki kepercayaan ketika melakukan pembelian secara *online* dengan menggunakan pembayaran Shopee *paylater* khususnya pada generasi Z di Desa Srimulyo Kecamatan Air Salek Kabupaten Banyuasin.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin (2020) hasil dari penelitian secara parsial (Uji T) variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *paylater*.

Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Veronica Agustin Nagsyo (2022) hasil dari penelitian uji parsial (uji T) kepercayaan ditolak atau tidak berpengaruh signifikan.

Dalam keputusan berbelanja secara *online* dengan membayar secara kredit tentunya seseorang konsumen atau pelanggan harus memiliki kepercayaan terhadap perusahaan tersebut, kepercayaan timbul karena cara yang digunakan untuk melayani pelanggan adalah cara yang baik atau sama-sama ridha. Tetapi dengan hasil penelitian ini secara parsial variabel kepercayaan tidak berpengaruh atau tidak membuat konsumen untuk mempercayai berbelanja *online* menggunakan pembayaran *paylater*. Kepercayaan saat bertransaksi menggunakan Shopee *Paylater* membuat konsumen atau pelanggan takut menggunakan dikarenakan salah satunya ada unsur riba.

Berdasarkan teori perilaku konsumen dimana kepercayaan yang dirasakan oleh konsumen ketika proses seseorang mengembangkan kepercayaannya pada suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang diketahui oleh tentang penyedia layanan. Kepercayaan juga dikatakan sebagai kekuatan dari perilaku konsumen agar dapat mengambil keputusan pembelian dan transaksi. Kepercayaan mengacu pada ekspektasi seorang konsumen kepada penyedia layanan agar dapat dipercaya dan amanah.

Minat pengguna Shopee *Paylater* akan meningkat ketika masyarakat percaya bahwa Shopee dapat menjaga kerahasiaan data atau informasi dan bahwa Shopee *Paylater* aman untuk digunakan. Namun Penghalang terbesar pada penggunaan Shopee *Paylater* untuk transaksi finansial adalah masalah kepercayaan.

Perilaku konsumen beranggapan semakin tinggi kepercayaan dalam hal aman digunakan, amanah atau menjaga privasi konsumen maka minat dalam penggunaan Shopee *Paylater* juga meningkat.³ Kepercayaan yang lebih besar dari seorang konsumen mengenai penggunaan Shopee *Paylater* akan menarik lebih banyak konsumen agar menggunakan Shopee *Paylater* serta meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi melalui layanan keuangan digital.

Namun hasil dari penelitian ini bahwa perilaku konsumen yang berada pada generasi Z di Desa Srimulyo belum mempunyai kepercayaan yang besar terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*. Dapat disimpulkan dari hasil tidak berpengaruh dan tidak signifikannya kepercayaan terhadap keputusan berbelanja *online* menggunakan pembayaran Shopee *Paylater*, maka pihak penyedia layanan *online* atau pihak Shopee *Paylater* masih belum dapat membuat konsumen untuk mempercayainya.

Dalam keputusan pengambilan kredit tentunya konsumen harus memiliki kepercayaan terhadap perusahaan terkait, kepercayaan timbul karena cara yang digunakan untuk melayani anggota adalah cara yang baik atau sama-sama ridha. Kepercayaan juga tidak lepas dari pertimbangan konsumen dalam mengambil kredit secara *online*, sebagaimana dijelaskan dalam Al- Qur'an surat Al- Anfal ayat 27, yang artinya berbunyi : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”*. Allah melarang umat islam untuk berkhianat, apalagi kepada Allah dan Rasulullah.

³ Larasati Nurhasanah, *“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater”*. (Surakarta, 2023) Hal. 80-81

Terdapat pula pada surat Al- Baqarah ayat 283, yang artinya : “*Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seseorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikan, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan*”.

Pada surat Al-Baqarah ayat 283 menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada orang yang melakukan transaksi kepada orang lain dan pada saat itu tidak ada juru tulis sehingga ia harus memberikan barang jaminan (gadai) kepada orang yang memberikan utang supaya ia merasa tenang melepaskan utangnya.

2. Pengaruh Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Berbelanja Online (Y) Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater Pada Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka secara parsial variabel Kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berbelanja Online (Y) Menggunakan Pembayaran Shopee Paylater. Hal ini ditunjukkan dari nilai t-hitung 4.106 yang lebih besar dari t-tabel 1,984 dan nilai probabilitas signifikan <0,001 lebih kecil dari 0,05.

Semakin mudah konsumen dalam mengakses situs atau menggunakan suatu transaksi maka semakin tinggi pula keputusan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online* dengan menggunakan pembayar *Shopee Paylater*. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja secara *online* menggunakan pembayaran *Shopee Paylater* khususnya pada generasi Z di Desa Srimulyo Kecamatan Air Salek Kabupaten Banyuasin.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fany Anggraeny Putri dan Sri Setyo Irani (2020) dengan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman *online Shopee Paylater*. Variabel kemudahan lebih dominan dibandingkan variabel kepercayaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan pinjaman *online*.

Semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kemudahan dalam menggunakan suatu sistem atau layanan, maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk menggunakannya. Kemudahan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh para penyedia atau penjual *online*. Kemudahan bisa menjadi level beragam tergantung dari pengguna atau konsumen. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen dimana konsumen akan tertarik menggunakan suatu layanan bila adanya kemudahan. Kemudahan dalam penggunaan menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan belanja *online* dan proses suatu transaksi.⁴ Akan tetapi, konsumen atau pengguna *Shopee Paylater* terbawa arus kemudahan layanan tanpa berfikir bahwa ada syariat agama yang harus selalu diingat. Kemudahan salah satu prinsip yang penting dalam islam yang merupakan anugerah yang diberikan oleh Allah SWT agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ajarannya.

3. Pengaruh Risiko (X3) Terhadap Keputusan Berbelanja Online (Y) Menggunakan Pembayaran Shoppe Paylater Pada Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka secara parsial variabel Risiko (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

⁴ Amirudin M. Amin, Hendra. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada.co.id". Management Studies and Entrepreneurship Journal. Vol. 1 (2020)

Berbelanja *Online* (Y) Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater*. Hal ini ditunjukkan dari nilai t-hitung 2,603 yang lebih besar dari t-tabel 1,984 dan nilai probabilitas signifikan 0,01 lebih kecil dari 0,05. Semakin rendah tingkat risiko yang diberikan Shopee *Paylater* maka semakin meningkat minat konsumen dalam menggunakannya sebaliknya semakin tinggi tingkat risiko menggunakan Shopee *Paylater* maka tidak dapat mempengaruhi keputusan konsumen melakukan pembelian secara online. Dapat disimpulkan bahwa risiko mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja secara *online* menggunakan pembayaran *Shopee Paylater* khususnya pada generasi Z di Desa Srimulyo Kecamatan Air Salek Kabupaten Banyuasin.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Leksani Dwi Rahayu (2022) dengan hasil penelitian berdasarkan uji parsial risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Rizqi Akbar (2023) hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee *Paylater* di Solo Raya.

Risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang terjadi akibat keputusan pembelian yang dilakukan. Dengan menghadapi kondisi tersebut konsumen dapat mempertimbangkan berbagai risiko yang akan diterima contohnya risiko dalam berkredit dengan menggunakan fitur *paylater*. Risiko adalah penyebab utama mengapa orang tidak mau berbelanja atau betransaksi secara *online*. Adanya yang takut kehilangan uang, pengiriman tidak amanah serta keamanan dan privasi.

Berdasarkan perilaku konsumen menunjukkan bahwa persepsi risiko seorang konsumen terhadap suatu layanan yang berhubungan dengan ketidakpastian dan

akibatnya akan menimpa konsumen tersebut. Ketika konsumen semakin memiliki kemampuan untuk meminimalkan atau menghindari ketidakpastian dan konsekuensi dari pembelian secara *online* maka konsumen akan memiliki risiko yang semakin rendah. Namun sebaliknya ketika seorang konsumen tidak memiliki kemampuan dalam menanggulangi atau mengantisipasi ketidakpastian dari pembelian secara *online* maka konsumen tersebut akan memiliki risiko yang semakin tinggi.⁵

Risiko tidak lepas dari pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan berbelanja menggunakan Shopee *Paylater*, sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Quran surat Luqman ayat 34 yang artinya : *“Sesungguhnya Allah memiliki pengetahuan tentang hari Kiamat, menurunkan hujan dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan dia kerjakan besok. (Begitu pula) tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha teliti. Manusia tidak dapat mengetahui dengan pasti apa yang akan dikerjakan besok atau yang akan diperolehnya, namun mereka diwajibkan berusaha”*. (Qs. Luqman : 34)

Risiko didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang terjadi akibat keputusan pembelian yang dilakukan. Seperti yang dijelaskan pada surat Luqman ayat 34. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui dan mengenal perkara itu, tidak ada sesuatu pun dari perkara itu yang luput dari-NYA.

⁵ Hendra Prasetya. *“Apakah Persepsi Konsumen Mengenai Risiko dan Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan”*. Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah Vol. 5, No. 2 (2022)

4. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko (X1) Terhadap Keputusan Berbelanja *Online* (Y) Menggunakan Pembayaran *Shopee Paylater* Pada Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka secara simultan variabel Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Menggunakan Pembayaran *Shopee Paylater*. Hal ini ditunjukkan dari nilai f -hitung sebesar $47,852 >$ dari f -tabel $2,700$ dan nilai probabilitas $\text{sig } 0,000 <$ dari $0,05$. Nilai hitung R Square sebesar $0,5999$ atau $59,9\%$ yang artinya variabel kepercayaan, kemudahan dan risiko berpengaruh hanya $59,9\%$ terhadap keputusan berbelanja online menggunakan pembayaran *shopee paylater*. Sedangkan sisanya $40,1\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Paylater merupakan metode pembayaran berbasis kredit dengan sistem penalangan terlebih dahulu dari perusahaan aplikasi *paylater* atas tagihan di *merchant*, selanjutnya pengguna akan melakukan pembayaran atas tagihan kepada perusahaan aplikasi *Shopee paylater* sesuai dengan jumlah dan jangka waktu yang di tentukan.

Konsep utama yang ditawarkan oleh fitur pembayaran ini adalah kemudahan dalam membeli barang dan membayar nanti. Inilah yang kemudian menjadi pilihan lain bagi masyarakat yang tidak memiliki kartu kredit dikarenakan oleh proses, persyaratan serta pengajuan kartu kredit diperbankan umumnya sangat tidak mudah serta membutuhkan tahapan yang panjang. Konsep *paylater* hampir sama dengan kartu kredit dimana perusahaan digital akan menalangi pembayaran terlebih dahulu pada awal pembelian barang, setelah itu dilanjutkan membayar tagihan sesuai dengan tanggal jatuh tempo pada bulan selanjutnya dan jangka waktunya disesuaikan dengan yang sudah dipilih.

Jual beli secara kredit dalam islam diperbolehkan tetapi harus memenuhi syarat dan ketentuan syariah islam. Menurut Ulama dari Mahzab Syafi'I, Hanafi, Maliki, Hambali, Zid bin Ali dan mayoritas ulama memperbolehkan jual beli menggunakan kredit, namun akadnya harus jelas.

Pada praktik Shopee *paylater* dalam pandangan islam sudah memenuhi rukun dan syarat akad *Qardh* (pinjam-meminjam), namun pada orang yang meminjam Shopee *paylater* tidak dapat dipastikan akan terpenuhinya syarat akad *Qardh* tersebut, karena dalam akan ini dilakukan secara *online* atau via aplikasi melalui pembuktian KTP. Shopee *paylater* dalam pandangan islam bersifat riba walaupun tidak ada bunga dalam pembayaran satu kali sebelum jatuh tempo yang terdapat pada fitur *Spaylater*, tetapi pinjaman ini memiliki syarat denda setelah jatuh tempo pembayaran, maka itu termasuk dalam riba nasi'ah,

Riba nasi'ah adalah tambahan pada harta sebagai kompensasi bertambahnya waktu tempo pembayaran. Dapat disimpulkan bahwa dalam islam Shopee *Paylater* tidak dibenarkan dengan alasan fitur tersebut menarik keuntungan dari pengguna *Spaylater*. Sesuai dengan Fatwa DSN- MUI No. 19/DSN-MUI/1V/2021 mengenai Shopee *Paylater* syarat dan ketentuan akad *Qardh* dalam uang elektronik syariah tidak diterapkan karena pelaksanaannya bertentangan dengan syariat islam.