

ABSTRAK

Shopee merupakan salah satu *marketplace* jual beli yang kini banyak diminati oleh masyarakat. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti mengenai pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko terhadap keputusan berbelanja *online* dengan menggunakan pembayaran Shopee *paylater*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data yang digunakan yaitu data primer yang merupakan data diperoleh langsung dari responden dengan penyebaran kuisioner. Berdasarkan hasil regresi linear berganda variabel Kepercayaan menunjukkan tidak berpengaruh dan tidak signifikan dengan nilai t-hitung (1,486) < t-tabel (1,984) dan nilai signifikan 0,145 > 0,05 terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater* pada Generasi Z di Desa Srimulyo. Variabel Kemudahan dan Variabel Risiko menunjukkan berpengaruh dan signifikan dengan nilai variabel Kemudahan t-hitung (4,106) > t tabel (1,984), nilai signifikan 0,000 < 0,05 dan nilai variabel Risiko t-hitung (2,603) < t-tabel (1,984), nilai signifikan 0,011 < 0,05 terhadap Keputusan Berbelanja *Online* Menggunakan Pembayaran Shopee *Paylater* pada Generasi Z di Desa Srimulyo. Serta variabel Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko Bersama-sama berpengaruh dan signifikan dengan nilai f-hitung (47,825) > f-tabel (2,700) dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

Kata Kunci : Berbelanja Online, Paylater, Kepercayaan, Kemudahan, Risiko

ABSTRACT

Shopee is a buying and selling marketplace that is now in great demand by the public. This research was conducted to examine the influence of Trust, Convenience and Risk on online shopping decisions using Shopee paylater payments. This research is a type of quantitative research. The sampling method uses purposive sampling technique. The sample used was 100 respondents. The data used is primary data which is data obtained directly from respondents by distributing questionnaires. Based on the results of multiple linear regression, the Trust variable shows that it has no effect and is not significant with a t-count value (1.486) < t-table (1.984) and a significant value of 0.145 > 0.05 on Online Shopping Decisions Using Shopee Paylater Payments for Generation Z in Srimulyo Village . The Ease variable and the Risk variable show that they are influential and significant with the t-count Ease variable value (4.106) > t table (1.984), the significant value <0.001 < 0.05 and the t-count Risk variable value (2.603) < t-table (1.984), significant value 0.011 < 0.05 on Online Shopping Decisions Using Shopee Paylater Payments among Generation Z in Srimulyo Village. As well as the Trust, Convenience and Risk variables together are influential and significant with an f-count value (47.825) > f-table (2.700) and a significant value of -0.001 < 0.05.

Keywords: Online Shopping, Paylater, Trust, Convenience, Risk