



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 2634-2640

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## **Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Shopee Paylater*.**

Uliser Oppusunggu<sup>1</sup>, Sondang Marbun<sup>2</sup>, Junika Napitupulu<sup>3</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

[ulyseroppusunggu@gmail.com](mailto:ulyseroppusunggu@gmail.com), [sondangnibulanmarbun@gmail.com](mailto:sondangnibulanmarbun@gmail.com), [junika.nptu@gmail.com](mailto:junika.nptu@gmail.com)

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna shopee paylater (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Methodist Indonesia). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 246 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis t dapat disimpulkan bahwa secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis F dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,633 berarti 63,3% Keputusan pembelian dapat dijelaskan variabel gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan transaksi. Sedangkan sisanya sebesar 36,7% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.*

*Kata kunci: Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Keputusan Pembelian.*

### **1. Latar Belakang**

Keputusan pembelian pengguna *Shopee PayLater* dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kemudahan akses kredit, kebutuhan mendesak, serta dorongan emosional dan promosi yang menarik. Layanan ini memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk berbelanja tanpa harus membayar secara langsung, sehingga meningkatkan daya beli, terutama di kalangan generasi muda dan pengguna dengan keterbatasan dana tunai. Selain itu, fitur cicilan tanpa kartu kredit, bunga yang kompetitif, serta integrasi langsung dengan aplikasi *Shopee* menjadikan *PayLater* sebagai pilihan pembayaran yang praktis dan populer. Namun, keputusan penggunaan juga tidak lepas dari pertimbangan risiko utang dan manajemen keuangan pribadi. Di sisi lain, pengaruh sosial seperti ulasan pengguna lain, tren belanja online, serta strategi pemasaran digital turut memperkuat dorongan konsumen dalam menggunakan layanan ini sebagai alternatif pembayaran yang dianggap lebih fleksibel dan menguntungkan. Keberadaan sistem penilaian kredit yang mudah, kemudahan proses aktivasi, serta pengalaman pengguna yang intuitif juga berperan besar dalam membentuk persepsi positif terhadap *Shopee PayLater*, sehingga mendorong peningkatan penggunaan dan frekuensi pembelian di platform *Shopee* secara keseluruhan. Dalam konteks saat ini, faktor digital seperti ulasan online, media sosial, dan *e-commerce* juga memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2023), keputusan pembelian modern semakin dipengaruhi oleh pengalaman digital yang personal dan interaktif, di mana konsumen mengandalkan informasi dari berbagai sumber sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa.

Gaya hidup sangat memengaruhi keputusan pembelian pengguna *Shopee PayLater*, terutama di kalangan anak muda. Banyak konsumen memiliki gaya hidup konsumtif dan cenderung mengikuti tren, sehingga mereka lebih mudah tergoda untuk belanja, apalagi dengan kemudahan pembayaran seperti *PayLater*. Gaya hidup yang ingin

---

Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna *Shopee Paylater*.

serba praktis dan cepat juga mendorong mereka memilih layanan ini. Penelitian oleh Marisa dan Marlana (2023) serta Cahyono (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan digital berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian pengguna *Shopee PayLater*.

Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian pengguna *Shopee PayLater*. Saat konsumen merasa yakin bahwa layanan ini aman, mudah digunakan, dan dapat dipercaya, mereka cenderung lebih berani untuk berbelanja menggunakan sistem pembayaran tersebut. Kepercayaan ini muncul dari pengalaman yang baik, informasi yang jelas, dan jaminan keamanan dari pihak *Shopee*. Penelitian terbaru oleh Nudiya et al. (2025), Dalimunthe (2024), dan Cahyani (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater*, terutama di kalangan mahasiswa dan pengguna muda.

Kemudahan transaksi melalui *Shopee PayLater* berperan penting dalam mendorong keputusan pembelian pengguna, karena menawarkan proses cepat, praktis, dan terintegrasi langsung dengan platform belanja. Fitur ini semakin diminati, terutama oleh generasi muda yang mengutamakan efisiensi dalam bertransaksi online (Wibowo & Sari, 2024; Prasetyo et al., 2024).

*Shopee paylater* tidak hanya memberikan keuntungan dan kemudahan saja, tetapi fitur ini juga memiliki berbagai resiko permasalahan. Berdasarkan mediakonsumen.com 2021 beberapa masalah diantaranya yaitu: permasalahan terlilit hutang, keterlambatan pembayaran akan dikenakan denda, reputasi yang buruk karena penunggakan yang berpengaruh pada bank Indonesia checking, data identitas tersebar.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, karena pendekatan kuantitatif dapat menghasilkan data yang akurat setelah penghitungan yang tepat. Pendekatan kuantitatif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang lebih ditekankan pada data yang dapat dihitung untuk menafsirkan kuantitatif yang kokoh dengan menggunakan keputusan. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan seluruh mahasiswa program studi manajemen angkatan 2021-2022 Universitas Methodist Indonesia yang berjumlah 639 mahasiswa. Untuk menentukan besar sampel yang diperlukan, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$= \frac{639}{639(0,05)^2 + 1} = 246 \text{ Responden}$$

Peneliti menentukan atau membatasi sampel sebanyak 246 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling proporsional. Menurut Sugiyono (2019:30), Teknik sampling proporsional yaitu sampel yan di hitung berdasarkan perbandingan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis t dan F serta analisis koefisien determinasi.

## 3. Hasil dan Diskusi

### 3.1 Uji Normalitas

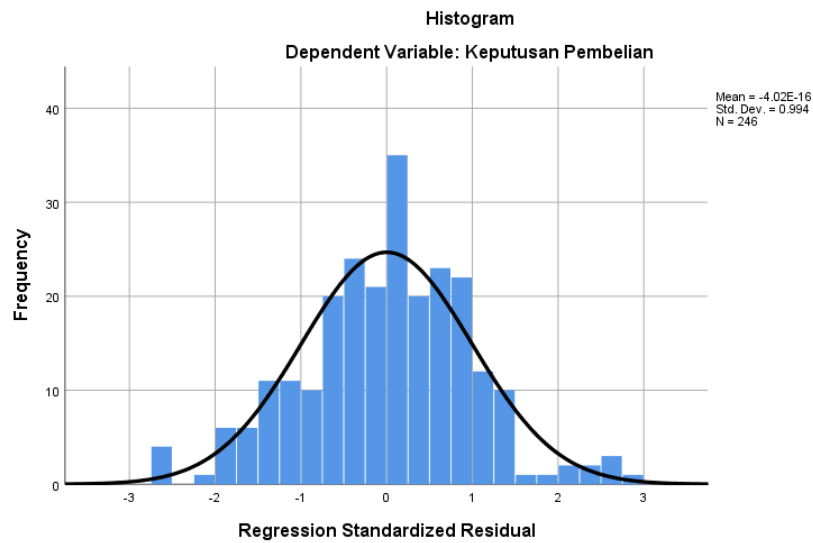
Hasil pengujian normalitas menggunakan analisis grafik dan statistik dapat dilihat pada uraian penjelasan di bawah:

**Tabel 3.1**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		246
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57293608
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.042
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil penelitian 2025 (data diolah dengan SPSS 26)

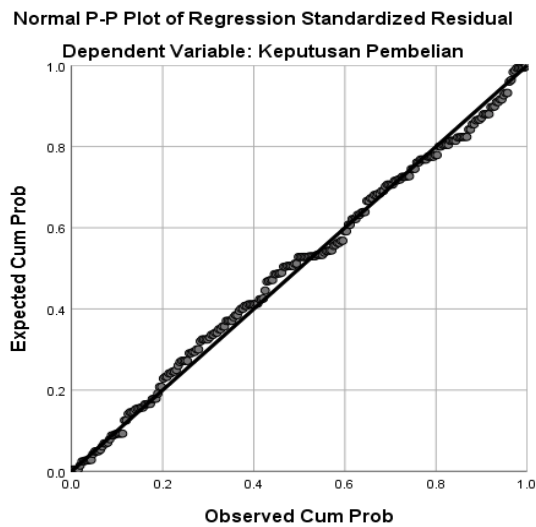
Pada Tabel diatas, diperoleh nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar  $0,200 > 0,05$  maka data berdistribusi normal.



Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

**Gambar 3.1**  
**Grafik Histogram**

Dari Gambar 3.1 diatas dapat dilihat bahwa grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

**Gambar 3.2**  
**Normal Probability Plot of Regression**

Dari Gambar 3.2 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal

### 3.2 Uji Multikolinieritas

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.497	1.460		11.298	.000		
	Gaya Hidup	.083	.039	.087	2.154	.032	.927	1.079
	Kepercayaan	.286	.051	.246	5.627	.000	.785	1.274
	Kemudahan Transaksi	.595	.040	.635	14.765	.000	.809	1.237

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

Dari tabel diatas seluruh nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat adanya gejala multikolinieritas.

### 3.3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil untuk pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

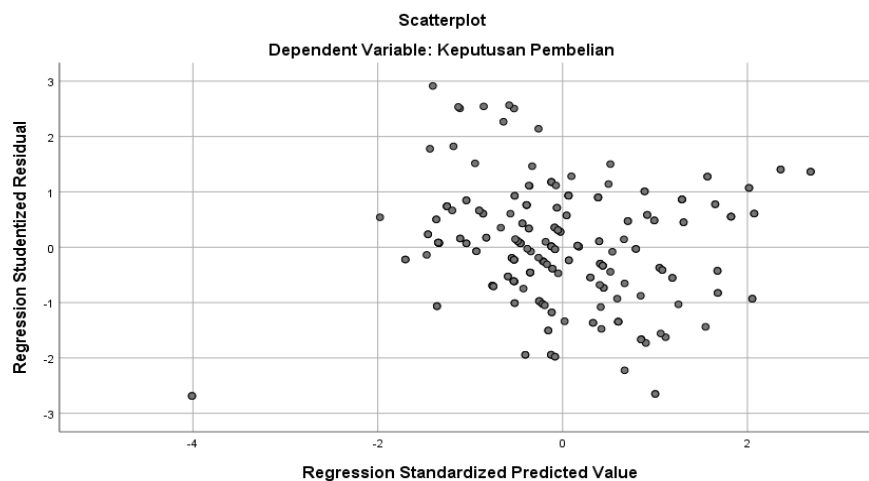
**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.982	.898		3.320	.001
	Gaya Hidup	-.028	.024	-.076	-1.167	.244
	Kepercayaan	-.091	.031	-.204	-2.901	.174
	Kemudahan Transaksi	.075	.025	.211	3.036	.123

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

Pada tabel diatas seluruh nilai sig > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat adanya heteroskedastisitas . Uji heteroskedastisitas grafik scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

**Gambar 3.3**  
**Pengujian Heteroskedastisitas Scatterplot**

Berdasarkan Gambar 3.3 hasil gambar secara scatterplot, didapat titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam regresi linier berganda, hubungan antara variabel dependen dan variabel independen diasumikan linier.

**Tabel 3.4**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.497	1.460		11.298	.000
	Gaya Hidup	.083	.039	.087	2.154	.032
	Kepercayaan	.286	.051	.246	5.627	.000
	Kemudahan Transaksi	.595	.040	.635	14.765	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

Dari tabel diatas dapat dilihat persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = 16,497 + 0,083X_1 + 0,286X_2 + 0,595X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut digambarkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 16,497 artinya apabila gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan transaksi dianggap 0 maka nilai keputusan pembelian sebesar 16,497.
2. Koefisien regresi dari variabel gaya hidup sebesar 0,083 menunjukkan bahwa jika gaya hidup meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,083 satuan.
3. Koefisien regresi dari variabel kepercayaan sebesar 0,286 menunjukkan bahwa jika kepercayaan meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,286 satuan.
4. Koefisien regresi dari variabel kemudahan transaksi sebesar 0,595 menunjukkan bahwa jika kemudahan transaksi meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,595 satuan.

### 3.5 Hasil Uji Hipotesis

#### 3.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

**Tabel 3.5**

**Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.497	1.460		11.298	.000
	Gaya Hidup	.083	.039	.087	2.154	.032
	Kepercayaan	.286	.051	.246	5.627	.000
	Kemudahan Transaksi	.595	.040	.635	14.765	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

Berdasarkan Tabel hasil pengujian parsial diatas, maka dapat dilihat beberapa diantaranya adalah:

1. Nilai t hitung gaya hidup (2,154) > t tabel (1,970) dan nilai sig sebesar 0,032 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>1</sub> diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna *shopee paylater*
2. Nilai t hitung kepercayaan (5,627) > t tabel (1,970) dan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>2</sub>

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.908>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna *shopee paylater*

3. Nilai  $t$  hitung kemudahan transaksi ( $14,765 > t$  tabel ( $1,970$ ) dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_3$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna *shopee paylater*

### 3.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan

**Tabel 3.6**  
**Hasil Pengujian Simultan (Uji-F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2853.693	3	951.231	141.931	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1621.900	242	6.702		
	Total	4475.593	245			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Gaya Hidup, Kepercayaan						

Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar  $141,931 > 2,64$  dan nilai signifikansi F  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pengguna *shopee paylater*

### 3.5.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 3.7**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 <sup>a</sup>	.638	.633	2.58883
a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Gaya Hidup, Kepercayaan				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber : Hasil penelitian 2025 ( data diolah dengan SPSS 26)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar  $0,633$  berarti  $63,3\%$  yaitu berarti pengaruh gaya hidup, kepercayaan, kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar  $63,3\%$  Sedangkan sisanya sebesar  $36,7\%$  dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis  $t$  diperoleh nilai  $t$  hitung gaya hidup sebesar  $2,154 > t$  tabel  $1,970$  dan nilai sig sebesar  $0,032 < 0,05$  maka dapat disimpulkan gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis  $t$  diperoleh nilai  $t$  hitung kepercayaan sebesar  $5,627 > t$  tabel  $1,970$  dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis  $t$  diperoleh nilai  $t$  hitung kemudahan transaksi sebesar  $14,765 > t$  tabel  $1,970$  dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan kemudahan transaksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji hipotesis  $F$  diperoleh nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel, sebesar  $141,931 > 2,64$  dan nilai signifikansi F  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan transaksi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R-Square* sebesar  $0,633$  atau  $63,3\%$  pengaruh gaya hidup, kepecaayaan dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian, sedangkan  $36,7\%$  sisanya adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak dimasukkan sebagai variabel dalam penelitian ini.

## Referensi

1. Cahyani, R. D. (2024). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater.
2. Cahyono, B. D. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Shopee PayLater.
3. Dalimunthe, S. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater.
4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
5. Marisa, A. & Marlina, N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater.
6. Nudiya, Suwanto, & Titing, A. S. (2025). How Hedonic Shopping Motivation and Trust Shape Purchasing Decisions Among Shopee PayLater Users.
7. Prasetyo, H. E., Nurchayati, A., & Kristanto, A. (2024). Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan pada Pengguna Shopee PayLater terhadap Keputusan Pembelian. *JESYA (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(1), 111–122.
8. Wibowo, A., & Sari, D. K. (2024). Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Digital*