

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT BELI ULANG PENGGUNA LAYANAN  
SHOPEE PAYLATER  
(Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee *Paylater* di DKI  
Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE  
OF USE AND TRUST ON REPURCHASE INTENTION ON CONSUMER  
BUYING INTEREST IN SHOPEE PAYLATER SERVICES  
(Case Study on Shopee Paylater Service Users in DKI Jakarta)***

Oleh :  
**Anisa Dwi Widianti**  
2019410181

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi  
Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI  
ULANG PENGGUNA LAYANAN SHOPEE PAYLATER  
(Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Paylater di DKI Jakarta)**

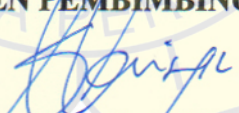
***THE INFLUENCE OF PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE  
OF USE AND TRUST ON REPURCHASE INTENTION ON CONSUMER  
BUYING INTEREST IN SHOPEE PAYLATER SERVICES  
(A Case Study on Shopee Paylater Service Users in DKI Jakarta)***

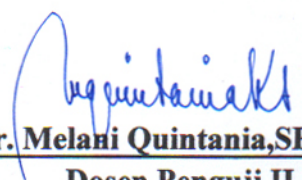
Oleh :  
**Anisa Dwi Widianti**  
**2019410181**


**SKRIPSI**

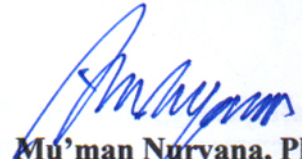
**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal  
Jakarta, 10 Agustus 2023 dengan nilai ...**

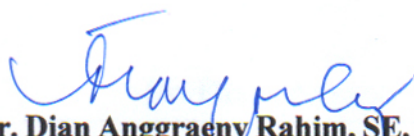
  
**Dr. Firsan Nova**  
**DOSEN PEMBIMBING**

  
**Drs. Fauzi Baisyir, MM**  
**Dosen Penguji I**

  
**Dr. Melani Quintania, SE, M.Pd**  
**Dosen Penguji II**

  
**Dr. Firsan Nova**  
**Dosen Penguji III**

  
**Mu'man Nuryana, PhD**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**

  
**Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi**  
**Ketua Program Studi**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Anisa Dwi Widianti

NIM : 2019410181

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Shopee *Paylater* di DKI Jakarta (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Paylater di DKI Jakarta)”. Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan di hadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 10 Agustus 2023

Mengetahui,

Menyetujui,



**Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, Msi**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Dr. Firsan Nova**

**Dosen Pembimbing**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Anisa Dwi Widianti

NIM : 2019410181

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Shopee *Paylater* Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Paylater di DKI Jakarta yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya dan menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Darma Persada. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya.

Jakarta, 10 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,

Anisa Dwi Widianti

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Layanan Shopee *Paylater* di DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah menggunakan layanan Shopee *paylater* di DKI Jakarta minimal dalam 3 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tidak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $174,151 > 2,69$ ). Sedangkan Persepsi Manfaat secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Ulang, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,825 > 1,985$ ), Persepsi Kemudahan Penggunaan secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Ulang, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $3,172 > 1,985$ ) dan Kepercayaan secara parsial atau sebagian mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Ulang, hal ini dibuktikan dengan uji T dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $8,040 > 1,985$ ).

**Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Minat Beli Ulang**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Trust on Repurchase Intention of Shopee paylater Service Users in Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had used Shopee paylater service in DKI Jakarta for at least the last 3 months. Sampling was carried out using the unexpected proportion formula. The analytical tools used are descriptive statistics and multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using test (F), partially using test (T).*

*The results of this study indicate that the variable Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Trust simultaneously influence Purchasing Decisions, this is evidenced by the F test with  $F_{count} > F_{table}$  ( $174,151 > 2.69$ ). While the Perceived Usefulness partially or partially has an influence on Repurchase Intention, this is evidenced by the T test with the value of  $T_{count} > T_{table}$  ( $2,825 > 1,985$ ), Perceived Ease of Use partially or partially has an influence on Repurchase Intention, this is evidenced by the T test with the value of  $T_{count} > T_{table}$  ( $3,172 > 1,985$ ) and Trust partially or partially have an influence on Repurchase Intention, this is evidenced by the T test with a value  $T_{count} > T_{table}$  ( $8,040 > 1,985$ ).*

**Keyword : Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Repurchase Intention**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, hingga akhirnya saya dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PENGGUNA LAYANAN SHOPEE *PAYLATER* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN SHOPEE *PAYLATER* di DKI JAKARTA)”** skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (Strata 1) Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan hormat dan mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Firsan Nova selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, dan pengarahannya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., MSi. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Mamah dan Ayah tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, dukungan, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah

hidup penulis, yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

4. why.u terimakasih telah membantu memberikan semangat, do'a, serta dukungan kasih sayang yang tulus selama perjalanan skripsi ini, meluangkan baik waktu, tenaga, materi maupun moril kepada penulis dan senantiasa sabar menghadapi penulis. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini.
5. Sahabat seperjuanganku selama menjalankan masa-masa perkuliahan Ciwi-Ciwi *Squad* terima kasih kalian selalu ada dan banyak membantu baik selama perjalanan masa perkuliahan hingga sampai perjalanan skripsi ini. Terimakasih kalian sudah menjadi sahabat terbaik bagi kehidupan penulis.
6. Semua pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah tulus ikhlas memberikan doa, dukungan serta motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama ini, penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 10 Agustus 2023

Anisa Dwi Widianti



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah .....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>21</b>
2.1 Landasan Teori .....	21
2.1.1 Pemasaran .....	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	22
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	23
2.1.4 Persepsi Manfaat.....	26
2.1.5 Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease Of Use Perception) .....	29
2.1.6 Kepercayaan .....	31

2.1.7 Minat Beli Ulang .....	37
2.1.8 Shopee Paylater .....	40
2.2 Landasan Empiris (Penelitian Terdahulu) .....	43
2.3 Kerangka Pemikiran .....	58
2.4 Hipotesis Penelitian .....	60
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
3.1 Metode Yang Digunakan.....	62
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	63
3.3 Operasional Variabel.....	63
3.4. Sumber dan Cara Penentuan.....	73
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	77
3.6 Uji keabsahan data.....	79
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>90</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	90
4.2 Karakteristik Responden .....	92
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	101
4.4 Uji Keabsahan Data.....	156
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	160
4.6 Alat Analisis .....	164
4.7 Uji Hipotesis.....	167
4.8 Pembahasan .....	171
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>175</b>
5.1 SIMPULAN.....	175

5.2 SARAN.....	176
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>177</b>



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Persentase Pengguna <i>E-Commerce</i> Tertinggi di Dunia (2021).....	4
Gambar 1. 2 Situs <i>E-Commerce</i> dengan Kunjungan Terbanyak di Indonesia (2021).....	6
Gambar 1. 3 Layanan <i>Paylater</i> Paling Banyak Digunakan Pada Tahun 2021 .....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 2. 2 Model Paradigma Penelitian .....	61
Gambar 4. 1 Jumlah Unduhan <i>Shopee</i> di <i>Google Play Store</i> .....	91
Gambar 4. 2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas .....	161
Gambar 4. 3 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heterokedastisitas .....	163

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Perbandingan Metode Pembayaran <i>Paylater</i> .....	10
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu .....	43
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	64
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i> .....	79
Tabel 3. 3 Rentang Skala .....	85
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	87
Tabel 3. 5 Tingkat Koefisien Determinasi .....	88
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	93
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	93
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	94
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	95
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	96
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Shopee <i>paylater</i> dalam 3 bulan. ....	97
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perbulan untuk menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	98
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden berdasarkan kebutuhan yang sering dibeli menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	99
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Shopee <i>paylater</i> .....	100
Tabel 4. 10 Rentang Skala .....	101

Tabel 4. 11	Tanggapan responden terhadap pernyataan 1 .....	102
Tabel 4. 12	Tanggapan responden terhadap pernyataan 2 .....	103
Tabel 4. 13	Tanggapan responden terhadap pernyataan 3 .....	104
Tabel 4. 14	Tanggapan responden terhadap pernyataan 4 .....	105
Tabel 4. 15	Tanggapan responden terhadap pernyataan 5 .....	106
Tabel 4. 16	Tanggapan responden terhadap pernyataan 6 .....	107
Tabel 4. 17	Tanggapan responden terhadap pernyataan 7 .....	108
Tabel 4. 18	Tanggapan responden terhadap pernyataan 8 .....	109
Tabel 4. 19	Tanggapan responden terhadap pernyataan 9 .....	110
Tabel 4. 20	Tanggapan responden terhadap pernyataan 10 .....	111
Tabel 4. 21	Tanggapan responden terhadap pernyataan 11 .....	112
Tabel 4. 22	Tanggapan responden terhadap pernyataan 12 .....	113
Tabel 4. 23	Tanggapan responden terhadap pernyataan 13 .....	114
Tabel 4. 24	Tanggapan responden terhadap pernyataan 14 .....	115
Tabel 4. 25	Tanggapan responden terhadap pernyataan 15 .....	116
Tabel 4. 26	Tanggapan responden terhadap pernyataan 16 .....	117
Tabel 4. 27	Tanggapan responden terhadap pernyataan 17 .....	118
Tabel 4. 28	Tanggapan responden terhadap pernyataan 18 .....	119
Tabel 4. 29	Tanggapan responden terhadap pernyataan 19 .....	120
Tabel 4. 30	Tanggapan responden terhadap pernyataan 20 .....	121
Tabel 4. 31	Tanggapan responden terhadap pernyataan 21 .....	122
Tabel 4. 32	Tanggapan responden terhadap pernyataan 22 .....	123
Tabel 4. 33	Tanggapan responden terhadap pernyataan 23 .....	124

Tabel 4. 34	Tanggapan responden terhadap pernyataan 24 .....	125
Tabel 4. 35	Tanggapan responden terhadap pernyataan 25 .....	126
Tabel 4. 36	Tanggapan responden terhadap pernyataan 26 .....	127
Tabel 4. 37	Tanggapan responden terhadap pernyataan 27 .....	128
Tabel 4. 38	Tanggapan responden terhadap pernyataan 28 .....	129
Tabel 4. 39	Tanggapan responden terhadap pernyataan 29 .....	130
Tabel 4. 40	Tanggapan responden terhadap pernyataan 30 .....	131
Tabel 4. 41	Tanggapan responden terhadap pernyataan 31 .....	132
Tabel 4. 42	Tanggapan responden terhadap pernyataan 32 .....	133
Tabel 4. 43	Tanggapan responden terhadap pernyataan 33 .....	134
Tabel 4. 44	Tanggapan responden terhadap pernyataan 34 .....	135
Tabel 4. 45	Tanggapan responden terhadap pernyataan 35 .....	136
Tabel 4. 46	Tanggapan responden terhadap pernyataan 36 .....	137
Tabel 4. 47	Tanggapan responden terhadap pernyataan 37 .....	138
Tabel 4. 48	Tanggapan responden terhadap pernyataan 38 .....	139
Tabel 4. 49	Tanggapan responden terhadap pernyataan 39 .....	140
Tabel 4. 50	Tanggapan responden terhadap pernyataan 40 .....	141
Tabel 4. 51	Tanggapan responden terhadap pernyataan 4 .....	142
Tabel 4. 52	Tanggapan responden terhadap pernyataan 42 .....	143
Tabel 4. 53	Tanggapan responden terhadap pernyataan 43 .....	144
Tabel 4. 54	Tanggapan responden terhadap pernyataan 44 .....	145
Tabel 4. 55	Tanggapan responden terhadap pernyataan 45 .....	146
Tabel 4. 56	Tanggapan responden terhadap pernyataan 46 .....	147

Tabel 4. 57	Tanggapan responden terhadap pernyataan 47 .....	148
Tabel 4. 58	Tanggapan responden terhadap pernyataan 48 .....	149
Tabel 4. 59	Tanggapan responden terhadap pernyataan 49 .....	150
Tabel 4. 60	Tanggapan responden terhadap pernyataan 50 .....	151
Tabel 4. 61	Tanggapan responden terhadap pernyataan 51 .....	152
Tabel 4. 62	Tanggapan responden terhadap pernyataan 52 .....	153
Tabel 4. 63	Tanggapan responden terhadap pernyataan 53 .....	154
Tabel 4. 64	Tanggapan responden terhadap pernyataan 54 .....	155
Tabel 4. 65	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat .....	156
Tabel 4. 66	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	157
Tabel 4. 67	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan .....	157
Tabel 4. 68	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan .....	158
Tabel 4. 69	Hasil Uji Reliabilitas .....	159
Tabel 4. 70	Tabel <i>Kolmogorov-smirnov</i> .....	160
Tabel 4. 71	Uji Multikolinearitas .....	162
Tabel 4. 72	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	164
Tabel 4. 73	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	166
Tabel 4. 74	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	167
Tabel 4. 75	Hasil Parameter Uji F.....	168
Tabel 4. 76	Hasil Parameter Uji t.....	169