



**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI SHOPEE DENGAN
MENGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
ARDHITA EKA PRATIWI
43122010310

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DI SHOPEE DENGAN
MENGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
ARDHITA EKA PRATIWI
43122010310

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardhita Eka Pratiwi

Nim : 43122010310

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

” Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee Dengan Menggunakan Shopee *Paylater* ” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Juli 2026



ARDHITA EKA PRATIWI

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	--	----------

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : ARDHITA EKA PRATIWI
NIM : 43122010310
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI SHOPEE DENGAN MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER
Hasil Pengecekan Turnitin : 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi Turnitin dengan hasil presentase kemiripan sebesar 27% dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 07 September 2026
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/September/07/0000001289/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ardhita Eka Pratiwi
NIM : 43122010310
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee dengan Menggunakan Shopee Paylater

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 31 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0318037704

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901

Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-08266610



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan karunia, Rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee Dengan Menggunakan Shopee *Paylater*”. Proposal skripsi ini merupakan syarat utama untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, dan do’a yang sangat berarti dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang selalu ada untuk membantu penulis penyusunan proposal skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Assoc. Prof. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen-dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu kelancaran fasilitas dan ilmu.
6. Kepada yang paling penulis cintai, Ibu, Bapak, dan Adik. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tidak pernah putus. Kalian adalah alasan penulis tetap kuat dan terus berjuang hingga sampai di titik ini. Semoga suatu hari nanti penulis dapat membalas segala kebaikan dan pengorbanan kalian, serta menjadi seseorang yang dapat membanggakan dan membahagiakan keluarga. Terima kasih karena selalu menjadi tempat untuk pulang.

7. Saudara-saudara penulis yang selalu mendo'akan, memberi semangat, dan cinta kepada penulis.
8. Alfiyyah Rajwa dan Diva Cahyani selaku sahabat yang tak henti memberikan dukungan dan cintanya yang positif kepada penulis. Terima kasih telah memberikan kepercayaan dan dukungan kepada penulis dalam melewati berbagai tantangan.
9. Imelia Roslin, selaku teman terbaik seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, cinta, semangat, dan menemani penulis selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
10. Amel, Puput, Thania, dan teman-teman *The Executeers Club* lainnya yang telah membantu penulis sejauh ini dalam mengemban ilmu pemasaran.
11. Keluarga Biro Kewirausahaan yang senantiasa membantu dan memberikan ilmu baru.
12. Seluruh teman-teman dan responden yang telah membantu serta berpartisipasi dalam penelitian ini, hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
13. Teruntuk Ardhita Eka Pratiwi. Terima kasih telah bertahan dan terus berjuang hingga sampai di titik ini. Tidak semua proses berjalan mudah, tetapi dengan usaha, doa, dan keyakinan yang kuat semuanya dapat dilewati.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 13 Agustus 2026

Ardhita Eka Pratiwi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardhita Eka Pratiwi
NIM : 43122010310
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Shopee dengan Menggunakan *Shopee Paylater*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Ardhita Eka Pratiwi

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI
SHOPEE DENGAN MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER***

ARDHITA EKA PRATIWI

ABSTRAK

Perkembangan layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) telah mengubah cara konsumen melakukan transaksi di *platform e-commerce*. Salah satu layanan BNPL yang paling populer di Indonesia adalah *Shopee PayLater*. Penggunaan layanan tersebut dalam keputusan pembelian dapat berkaitan dengan beberapa faktor, seperti kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan. Penelitian ini menganalisis pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan *Shopee PayLater*. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan, dan desain penelitian ini adalah kausal. Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih 130 pengguna *Shopee PayLater* dari DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner daring, kemudian *SmartPLS 4* digunakan untuk menganalisis data dengan metode *Modeling Equation Structural-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi kegunaan memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Di sisi lain, persepsi kemudahan tidak memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Ketiga variabel ini dapat bertanggung jawab atas 68% varians keputusan pembelian, menurut nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,680, Sementara 32% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam model studi. Berdasarkan hasil tersebut, kepercayaan dan persepsi kegunaan menjadi faktor yang lebih berperan dibandingkan persepsi kemudahan dalam keputusan pembelian saat menggunakan *Shopee PayLater*.

Kata Kunci: Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Keputusan Pembelian, *Shopee PayLater*, *Buy Now Pay Later*

**THE INFLUENCE OF TRUST, PERCEPTION OF USEFULNESS, AND
PERCEPTION OF EASE OF USE ON DECISIONS TO PURCHASE
PRODUCTS ON SHOPEE USING SHOPEE PAYLATER**

ARDHITA EKA PRATIWI

ABSTRACT

The emergence of Buy Now, Pay Later (BNPL) services has altered how customers use online shopping sites. One of the widely used BNPL services in Indonesia is Shopee PayLater. A number of factors, such as trust, perceived usefulness, and perceived ease of use, may influence the utilisation of this service while making purchases. The purpose of this study is to examine how Shopee PayLater purchases are influenced by trust, perceived usefulness, and perceived ease of use. This study used a causal research design and a quantitative methodology. Purposive sampling was used to choose 130 respondents who were Shopee PayLater users in DKI Jakarta. Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4 was used to analyse the data, which were gathered via an online survey. The findings demonstrated that purchasing decisions were positively and significantly impacted by trust and perceived usefulness. In contrast, purchasing decisions were not significantly impacted by perceived ease of use. The three variables account for 68% of the variance in purchase decisions, with factors outside the study model accounting for the remaining 32%, according to the coefficient of determination (R^2) of 0.680. These results indicate that when making purchases via Shopee PayLater, trust and perceived usefulness have a greater impact than perceived ease of use.

Keywords: *Trust, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Purchase Decision, Shopee PayLater, Buy Now Pay Later*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1Manajemen Pemasaran	13
2.1.2Perilaku Konsumen.....	15
2.1.3 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	17

2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.5 Kepercayaan.....	23
2.1.6 Persepsi Kegunaan	25
2.1.7 Persepsi Kemudahan	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual.....	36
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	36
2.3.2 Kerangka Konseptual	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
3.2 Desain Penelitian.....	39
3.3 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
3.3.1 Definisi Variabel.....	40
3.3.2 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.4 Skala Pengukuran.....	42
3.5 Populasi dan Sampel	43
3.5.1 Populasi.....	43
3.5.2 Sampel.....	44
3.6 Metode Pengumpulan Data	45
3.7 Metode Analisis Data	46
3.7.1 Analisis Deskriptif	46
3.7.2 Uji Instrumen	47
3.7.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	55

4.2 Statistik Deskriptif	56
4.2.1 Deskripsi Responden.....	56
4.2.2 Deskripsi Variabel	60
4.3 Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	64
4.3.1 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	64
4.3.2 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	72
4.3.3 Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Praktis	82
5.2.2 Saran Teoritis.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survei	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 2. 2 Kerangka Konseptual	38
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 2 Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	59
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kepercayaan	60
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Persepsi Kegunaan	61
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan	62
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4. 10 Deskripsi Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	68
Tabel 4. 14 <i>Fornell Larcker</i>	70
Tabel 4. 15 HTMT	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Nilai R – <i>Square</i>	72
Tabel 4. 18 Hasil Uji Nilai F – <i>Square</i>	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji Nilai Q – <i>Square</i>	74
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pasar BNPL di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Provinsi Pengguna <i>PayLater</i> Terbanyak 2024	4
Gambar 1. 3 Pengguna <i>PayLater</i> di Indonesia Berdasarkan Usia	5
Gambar 1. 4 Merek BNPL dengan <i>Brand Awarness</i> Tertinggi 2023	6
Gambar 4. 1 Hasil <i>Output</i> PLS	64
Gambar 4. 2 Hasil <i>Output</i> PLS (Sesudah Modifikasi)	66
Gambar 4. 3 Hasil PLS <i>Bootstrapping</i>	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	96
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	115
Lampiran 4. Deskripsi Variabel.....	117
Lampiran 5. Pengukuran <i>Outer Model</i>	119
Lampiran 6. Pengukuran <i>Inner Model</i>	123

