



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 10528-10545

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan SPaylater di Kota Bekasi

Nisa Aliya Yahya Lubis<sup>1✉</sup>, Hendra Permadi<sup>2</sup>, Ifah Masrifah<sup>3</sup>

Universitas Panca Sakti Bekasi

Email: [nisaaliya999@gmail.com](mailto:nisaaliya999@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis bagaimana pengaruh kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater di Kota Bekasi. Shopee Paylater adalah layanan pembayaran yang memungkinkan pengguna bertransaksi dengan sistem cicilan tanpa kartu kredit. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan survei terhadap 100 responden pengguna Shopee Paylater, menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis dengan SmartPLS versi 4 untuk menguji hubungan antara variabel kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana faktor seperti akses mudah, proses transaksi cepat, dan fleksibilitas pembayaran menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Sebaliknya, risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kekhawatiran konsumen terhadap bunga tinggi, denda keterlambatan, dan potensi kebocoran data pribadi sebagai faktor utama yang menurunkan minat penggunaan layanan ini.

Kata Kunci: *Kemudahan, Risiko, Keputusan Pembelian, SPaylater, Kota Bekasi*

## Abstract

This study aims to analyze the influence of ease of use and risk on purchasing decisions using Shopee Paylater in Bekasi City. Shopee Paylater is a payment service that allows users to make transactions with an installment system without a credit card. The method used is quantitative, with a survey conducted on 100 Shopee Paylater users, employing purposive sampling. Data were analyzed using SmartPLS version 4 to examine the relationship between the variables of ease of use and risk on purchasing decisions. The results show that ease of use has a positive and significant effect on purchasing decisions, where factors such as easy access, fast transaction processes, and payment flexibility are the main attractions for consumers. Conversely, risk has a significant negative effect on purchasing decisions, with consumers' concerns about high interest rates, late payment fines, and potential personal data leakage being the primary factors that reduce their interest in using this service.

Keywords: *Ease, Risk, Purchasing Decision, Shopee Paylater, Bekasi City*

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) membawa dampak signifikan bagi berbagai sektor, termasuk e-commerce. Menurut Akbar & Alam (2020), e-commerce merupakan proses jual beli dan promosi produk atau jasa melalui perangkat elektronik seperti komputer, televisi, hingga internet. Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce sangat pesat, dengan Shopee menjadi salah satu platform terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2022–2023. Shopee terus memperluas fitur layanannya, salah satunya melalui SPaylater, yakni metode pembayaran yang memungkinkan pengguna membeli produk dengan pembayaran di kemudian hari atau dengan cicilan hingga 12 bulan. Fitur ini juga memungkinkan transaksi offline melalui “Bayar Pakai QRIS”.

Paylater sebagai bagian dari perkembangan fintech, menurut Fajrussalam et al. (2022), adalah bentuk pinjaman digital tanpa kartu kredit, yang memberikan keleluasaan pengguna untuk mencicil. Paylater dinilai efisien dan bermanfaat untuk kebutuhan mendesak, namun juga mengandung risiko seperti bunga tinggi dan potensi utang berulang. Alvin dan Amirudin (2020) menambahkan adanya risiko keamanan data pengguna yang juga perlu diwaspadai.

Berdasarkan survei dari Kredivo dan Katadata Insight Center (2023), mayoritas pengguna Paylater berasal dari generasi Milenial (43,9%) dan Gen Z (26,5%), dengan dominasi transaksi online (63,1%). Data ini menunjukkan tingginya adopsi Paylater di kalangan usia produktif dan pembeli daring. Dalam konteks ini, keputusan pembelian dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Kotler & Keller dalam Canestren & Saputri (2021) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan konsumen untuk bergantung pada produk

atau jasa meskipun ada risiko. Chin dan Todd (2015) menyebut kemudahan sebagai tingkat kenyamanan dan keterpahaman dalam menggunakan teknologi, yang menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pembelian.

Namun, temuan berbeda datang dari Rosiwan & Lasmanah (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, Canestren & Saputri (2021) menyatakan bahwa risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan SPaylater, meskipun Purnamasari, Sasana, & Novitaningtyas (2021) menyebutkan bahwa risiko tidak selalu memengaruhi keputusan pembelian.

Pemilihan sampel di Kota Bekasi didasari pada fakta bahwa kota ini termasuk wilayah dengan perkembangan pesat dalam penggunaan e-commerce. Selain itu, karena peneliti berdomisili dan menempuh studi di Bekasi, maka pelaksanaan survei menjadi lebih praktis. Beragamnya latar belakang sosial ekonomi di kota ini juga memberi nilai tambah dalam melihat persepsi masyarakat terhadap kemudahan dan risiko SPaylater.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa masih terdapat perbedaan hasil dan celah penelitian dalam studi terdahulu. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater, dengan judul "Pengaruh Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan SPaylater".

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan Spaylater. (2) Mengetahui apakah Risiko berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan Spaylater. (3) Mengetahui apakah kemudahan dan Risiko berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan SPaylater?

#### Hipotesis Penelitian

1. H0 = Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan SPaylater  
H1 = Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan SPaylater
2. H0 = Risiko tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan SPaylater  
H2 = Risiko berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan SPaylater

3. H0 = Kemudahan dan Risiko secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan SPaylater  
H3 = Kemudahan dan Risiko secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian menggunakan SPaylater

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda untuk menganalisis pengaruh kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian SPaylater. Sugiyono (2020) menyebut pendekatan kuantitatif sebagai metode untuk mengumpulkan dan menganalisis data numerik, sedangkan Gujarati (2007) menjelaskan bahwa regresi linier berganda digunakan untuk melihat hubungan satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Bekasi, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling, yang menurut Sugiyono (2020), tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap elemen populasi untuk terpilih. Dari jumlah populasi, sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan 100 responden. Data primer diperoleh melalui kuesioner kepada pengguna SPaylater, sementara data sekunder dikumpulkan dari sumber terdahulu dan internet (Wahyudi, 2022).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, yang menurut Sugiyono (2020), merupakan teknik yang memberikan pernyataan tertulis kepada responden. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert lima poin. Analisis data dilakukan dengan software SmartPLS menggunakan metode PLS-SEM, yang menurut Ghozali (2023), cocok untuk menguji hubungan antar variabel secara simultan melalui dua tahap, yaitu evaluasi outer model dan inner model. Outer model menguji validitas dan reliabilitas instrumen dengan indikator seperti outer loading, AVE, composite reliability, dan Cronbach's Alpha. Validitas konvergen dan diskriminan juga diuji untuk memastikan konsistensi instrumen.

Inner model digunakan untuk menguji hubungan antar konstruk laten melalui nilai  $R^2$ ,  $Q^2$ ,  $f^2$ , dan path coefficient. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-statistik dan p-value. Menurut Ghozali (2023), hubungan dianggap signifikan jika  $t > 1,96$  atau  $p < 0,05$ . Melalui pendekatan ini, penelitian mampu menjelaskan secara terukur pengaruh persepsi kemudahan dan risiko terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan SPaylater di Kota Bekasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 100 responden pengguna Shopee Paylater yang berdomisili di Kota Bekasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebar dari tanggal 21 Maret hingga 10 April 2025 melalui berbagai media sosial. Seluruh responden, sebanyak 100 orang atau 100%, berasal dari Kota Bekasi.

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 62 orang (62%), sedangkan laki-laki berjumlah 38 orang (38%).

Dari sisi usia, responden paling dominan berada pada rentang usia 21–25 tahun, sebanyak 45 orang (45%). Disusul usia 26–30 tahun sebanyak 22 orang (22%), lalu usia 31–35 tahun sebanyak 15 orang (15%), dan usia 15–20 tahun sebanyak 10 orang (10%). Sementara itu, responden dengan usia 36–40 tahun merupakan kelompok terkecil, yakni 8 orang (8%).

Dilihat dari latar belakang pendidikan terakhir, sebagian besar responden merupakan lulusan SMA/SLTA sebanyak 43 orang (43%). Kemudian, lulusan S1 berjumlah 34 orang (34%), lulusan Diploma 22 orang (22%), lulusan S2 sebanyak 2 orang (2%), dan hanya 1 orang (1%) yang merupakan lulusan S3.

Dari sisi pekerjaan, responden terbanyak adalah karyawan swasta sebanyak 44 orang (44%). Kelompok mahasiswa berada di urutan kedua dengan jumlah 16 orang (16%), diikuti oleh wiraswasta dan pegawai instansi pemerintah masing-masing sebanyak 15 orang (15%). Responden yang bekerja sebagai wirausaha berjumlah 8 orang (8%), sedangkan yang berprofesi sebagai guru hanya 1 orang (1%).

Terakhir, terkait pendapatan bulanan, responden terbanyak memiliki pendapatan antara Rp2.000.000 hingga Rp5.000.000 sebanyak 59 orang (59%). Pendapatan sebesar Rp5.000.000 hingga Rp10.000.000 dimiliki oleh 25 responden (25%), sementara kelompok dengan pendapatan Rp15.000.000 hingga Rp20.000.000 berjumlah 8 orang (8%). Jumlah terkecil berasal dari kelompok berpendapatan Rp10.000.000 hingga Rp15.000.000, yakni 7 orang (7%).

### Deskripsi Nilai Variabel Penelitian

Variabel penelitian diukur menggunakan kuesioner yang menggunakan skala Likert sebagai alat ukur variabel. Tujuan dari penyebaran kuesioner ini untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai pandangan dari para responden. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019), Skala Likert ialah bentuk skala pengukuran untuk menilai sikap, pandangan, serta persepsi seseorang terhadap suatu hal. Skala ini menyajikan pernyataan atau item yang

mewakili topik penelitian, serta responden diminta mengatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap setiap pernyataan. Skala Likert tersusun dari beberapa poin, yang biasanya berkisar dari 5 hingga 7 poin. Setiap poin menggambarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan yang berbeda. Poin tengah biasanya mewakili netralitas atau ketidakpastian. Proses pengukuran interval di penelitian ini dilaksanakan dengan cara menghitung rata-rata (*mean*) dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden. Rata-rata interval yang diperoleh kemudian digunakan untuk menentukan ukuran kelas interval dengan rumus berikut:

Keterangan:  $P$  = Panjang kelas interval  
 Rentang = Data terbesar – Data terkecil  
 Banyak Kelas = 5

Dengan demikian, Panjang kelas interval adalah:

$$P = (5-1) : 5 = 0,80$$

Sehingga, *mean* interval adalah sebagai berikut:

- a. Sangat rendah = 1,00 – 1,80
- b. Rendah = 1,81 – 2,60
- c. Sedang = 2,61 – 3,40
- d. Tinggi = 3,41 – 4,20
- e. Sangat tinggi = 4,21 – 5,00

Berikut adalah Tabel data yang berisi respons responden terkait dari variabel Kemudahan, Risiko, dan Keputusan Pembelian menggunakan SPaylater:

1. Variabel Kemudahan

Tabel 1. Hasil Responden Variabel Kemudahan

	Pertanyaan	Mean	Keterangan
K.1	Seberapa mudah Anda merasa dalam mengakses dan menggunakan SPaylater saat melakukan pembelian?	2.980	Sedang
K.2	Apakah proses pendaftaran dan aktivasi SPaylater cukup cepat?	4.440	Sangat Tinggi
K.3	Apakah fitur pembayaran cicilan di SPaylater mudah dipahami?	3.630	Tinggi
K.4	Seberapa jelas petunjuk atau panduan yang disediakan oleh Shopee untuk menggunakan SPaylater?	4.510	Sangat Tinggi
K.5	Seberapa sering Anda merasa kesulitan saat melakukan transaksi dengan menggunakan SPaylater?	4.450	Sangat Tinggi
K.6	Sejauh mana aplikasi Shopee memberikan kemudahan dalam	4.080	Tinggi

mengelola tagihan SPaylater?			
K.7	Apakah Anda merasa SPaylater memberikan kemudahan dalam melakukan pembelian dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya?	4.320	Sangat Tinggi
K.8	Seberapa cepat Anda menerima konfirmasi pembayaran setelah menggunakan SPaylater?	3.680	Tinggi
K.9	Seberapa baik fitur reminder atau pengingat pembayaran yang diberikan oleh Shopee untuk mengingatkan Anda tentang tanggal jatuh tempo?	4.080	Tinggi
K.10	Apakah Anda merasa nyaman dan yakin menggunakan SPaylater untuk transaksi pembelian di Shopee?	3.810	Tinggi
Mean		3.998	Tinggi

Sumber: data olahan 2025

Pada tabel 1. diatas, hasil dari responden atas Variabel Kemudahan mempunyai nilai mean yang masuk dalam kategori Tinggi, yakni pertanyaan pada nomer K.4 "Seberapa jelas petunjuk atau panduan yang disediakan oleh Shopee untuk menggunakan SPaylater?" sebesar 4.510. sementara itu pada pertanyaan nomer K.1"Seberapa mudah Anda merasa dalam mengakses dan menggunakan SPaylater saat melakukan pembelian?" memiliki nilai mean terendah namun masih masuk pada kategori sedang yaitu sebesar 2.980.

## 2. Variabel Risiko

Tabel 2. Hasil Responden Variabel Risiko

	Pertanyaan	Mean	Keterangan
R.1	Seberapa besar Anda merasa khawatir terkait dengan kewajiban membayar tagihan SPaylater tepat waktu?	3.600	Tinggi
R.2	Apakah Anda merasa bahwa penggunaan SPaylater dapat memengaruhi kesehatan financial Anda di masa depan?	3.300	Sedang
R.3	Apakah Anda merasa ada risiko jika Anda terlambat membayar tagihan SPaylater?	2.900	Sedang
R.4	Sejauh mana Anda merasa terbebani oleh bunga dan biaya tambahan yang dikenakan oleh SPaylater jika terlambat membayar?	2.440	Rendah
R.5	Apakah Anda merasa ada potensi risiko yang tinggi jika menggunakan SPaylater untuk transaksi besar atau dalam jumlah banyak?	2.020	Rendah
R.6	Sejauh mana Anda merasa bahwa informasi terkait risiko	2.100	Rendah

penggunaan SPaylater sudah jelas dan transparan?			
R.7	Seberapa besar Anda merasa resiko terkait dengan proses verifikasi SPaylater saat melakukan transaksi?	1.930	Rendah
R.8	Sejauh mana Anda merasa adanya risiko data pribadi atau informasi akun Anda terancam saat menggunakan SPaylater?	2.110	Rendah
R.9	Apakah Anda merasa risiko terkait keterlambatan pembayaran dapat merusak reputasi atau kredibilitas Anda dalam menggunakan SPaylater?	1.800	Sangat Rendah
R.10	Apakah Anda merasa adanya risiko terkait dengan kemungkinan pembatasan penggunaan SPaylater jika tidak mampu membayar tagihan sesuai waktu?	1.790	Sangat Rendah
Mean		2.499	Sedang

Sumber: data olahan 2025

Pada tabel 2, hasil dari responden atas Variabel Risiko mempunyai nilai mean yang masuk kategori Sangat Tinggi, yakni pertanyaan pada nomer R.1 "Seberapa besar Anda merasa khawatir terkait dengan kewajiban membayar tagihan SPaylater tepat waktu?" sebesar 3.600. sementara itu pada pertanyaan nomer R.10 "Apakah Anda merasa adanya risiko terkait dengan kemungkinan pembatasan penggunaan SPaylater jika tidak mampu membayar tagihan sesuai waktu?" memiliki nilai mean terendah masuk pada kategori sangat rendah yaitu sebesar 1.790.

### 3. Keputusan Pembelian

Tabel 3. Hasil Responden Variabel Keputusan Pembelian

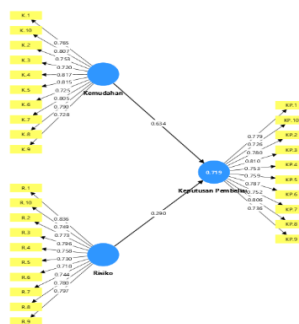
	Pertanyaan	Mean	Keterangan
KP.1	Sejauh mana kemudahan dalam menggunakan SPaylater mempengaruhi keputusan Anda untuk membeli barang di Shopee?	2.820	Sedang
KP.2	Apakah Anda lebih cenderung membeli produk jika SPaylater tersedia sebagai metode pembayaran?	3.100	Sedang
KP.3	Apakah faktor risiko mempengaruhi keputusan Anda dalam menggunakan SPaylater saat melakukan pembelian barang?	3.150	Sedang
KP.4	Sejauh mana Anda merasa yakin dengan kemampuan Anda untuk membayar tagihan SPaylater tepat waktu?	3.380	Sedang
KP.5	Apakah Anda merasa lebih percaya diri dalam membeli produk jika SPaylater menawarkan opsi cicilan yang lebih ringan?	3.480	Tinggi
KP.6	Sejauh mana Anda merasa nyaman membeli barang dengan	3.410	Tinggi

	menggunakan SPaylater dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya?		
KP.7	Apakah Anda lebih tertarik membeli barang jika SPaylater menawarkan promo atau diskon khusus?	3.410	Tinggi
KP.8	Seberapa sering Anda menggunakan SPaylater sebagai metode pembayaran dibandingkan dengan metode lainnya?	3.490	Tinggi
KP.9	Apakah Anda merasa bahwa menggunakan SPaylater membantu Anda untuk membeli barang yang sebelumnya tidak terjangkau secara langsung?	2.770	Sedang
KP.10	Apakah Anda lebih memilih untuk berbelanja dengan SPaylater jika Anda mendapatkan informasi yang lebih jelas mengenai cicilan dan tagihan?	3.030	Sedang
	Mean	3.304	Sedang

Sumber: data olahan 2025

Pada tabel 3 diatas, hasil dari responden atas Variabel Keputusan Pembelian memiliki nilai mean yang masuk kategori Tinggi, yaitu pertanyaan pada nomer KP.8 "Seberapa sering Anda menggunakan SPaylater sebagai metode pembayaran dibandingkan dengan metode lainnya?" sebesar 3.490. sementara itu pada pertanyaan nomer KP.9 "Apakah Anda merasa bahwa menggunakan SPaylater membantu Anda untuk membeli barang yang sebelumnya tidak terjangkau secara langsung?" memiliki nilai mean terendah namun masih masuk pada kategori sedang yaitu sebesar 2.770.

### Analisis Data



Gambar 1. Hasil Output *Partial Least Square* (PLS)

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SmartPLS 4 yang ditampilkan pada Gambar 4.1, seluruh variabel menunjukkan nilai *loading factor* di atas 0,7. Temuan ini memperlihatkan seluruh indikator di penelitian ini dinyatakan valid serta sudah memenuhi persyaratan kelayakan.

Interprestasi Hasil Penelitian  
 Model Pengukuran (Outer Model)  
 Uji Validitas

a. *Convergen Validity*

Tabel 4. Hasil *Convergen Validity*

	Kemudahan	Keputusan Pembelian	Risiko	Keterangan
K.1	0.765			Valid
K.10	0.807			Valid
K.2	0.753			Valid
K.3	0.720			Valid
K.4	0.817			Valid
K.5	0.815			Valid
K.6	0.725			Valid
K.7	0.805			Valid
K.8	0.790			Valid
K.9	0.728			Valid
KP.1		0.779		Valid
KP.10		0.726		Valid
KP.2		0.780		Valid
KP.3		0.810		Valid
KP.4		0.753		Valid
KP.5		0.759		Valid
KP.6		0.787		Valid
KP.7		0.752		Valid
KP.8		0.806		Valid
KP.9		0.736		Valid
R.1			0.836	Valid
R.10			0.749	Valid
R.2			0.773	Valid
R.3			0.796	Valid
R.4			0.758	Valid
R.5			0.730	Valid
R.6			0.718	Valid
R.7			0.744	Valid
R.8			0.780	Valid

R.9	0.797	Valid
-----	-------	-------

Sumber: Data Olahan 2025

Uji *convergent validity* yang dilakukan menggunakan SmartPLS dan ditampilkan pada Tabel 4, menunjukkan bahwa setiap indikator variabel Kemudahan, Risiko terhadap variabel keputusan pembelian memiliki nilai *Outer loading* di atas 0,70. Temuan ini sejalan dengan pendapat Ghozali (2021) yang menyatakan bahwa nilai *Outer loading* di atas 0,70 dianggap valid dan memenuhi kriteria.

b. *Discriminant Validity* dengan *Cross Loading*

Tabel 5. Hasil *Discriminant Validity* dengan *Cross Loading*

	Kemudahan	Keputusan Pembelian	Risiko	Keterangan
K.1	0.765	0.586	0.471	Valid
K.10	0.807	0.743	0.511	Valid
K.2	0.753	0.536	0.442	Valid
K.3	0.720	0.556	0.411	Valid
K.4	0.817	0.625	0.503	Valid
K.5	0.815	0.683	0.496	Valid
K.6	0.725	0.651	0.486	Valid
K.7	0.805	0.632	0.494	Valid
K.8	0.790	0.684	0.577	Valid
K.9	0.728	0.579	0.473	Valid
KP.1	0.612	0.779	0.562	Valid
KP.10	0.543	0.726	0.500	Valid
KP.2	0.704	0.780	0.515	Valid
KP.3	0.656	0.810	0.509	Valid
KP.4	0.633	0.753	0.519	Valid
KP.5	0.637	0.759	0.538	Valid
KP.6	0.581	0.787	0.477	Valid
KP.7	0.621	0.752	0.503	Valid
KP.8	0.673	0.806	0.623	Valid
KP.9	0.609	0.736	0.556	Valid
R.1	0.471	0.517	0.836	Valid
R.10	0.494	0.539	0.749	Valid
R.2	0.493	0.603	0.773	Valid
R.3	0.569	0.617	0.796	Valid

R.4	0.462	0.485	0.758	Valid
R.5	0.460	0.508	0.730	Valid
R.6	0.482	0.496	0.718	Valid
R.7	0.459	0.496	0.744	Valid
R.8	0.454	0.460	0.780	Valid
R.9	0.493	0.550	0.797	Valid

Sumber: Data Olahan 2025

Berdasarkan tabel 5 dan hasil analisis menggunakan SmartPLS, uji *Discriminant Validity* melalui *cross loading* memperlihatkan setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik. Perihal ini memperlihatkan nilai korelasi antara konstruk serta indikatornya yang lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar konstruk. Temuan ini sejalan dengan pendapat Ghozali (2023).

#### Uji Reliabilitas

##### a. Uji Reliabilitas dengan *Composite Reliability*

Tabel 6. Hasil *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Kemudahan	0.937	Reliabel
Risiko	0.935	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.935	Reliabel

Sumber: Data Olahan 2025

Bersumber Tabel 6 hasil dari pengujian reliabilitas menggunakan *Composite Reliability* menunjukkan bahwa setiap indikator secara konsisten dan reliabel mengukur konstruk laten. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *Composite Reliability* pada setiap indikator yang melebihi 0,60, sesuai dengan kriteria yang disarankan oleh Ghozali (2021).

##### b. Uji Reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*

Tabel 7. Hasil *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan	0.925	Reliabel
Risiko	0.923	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.923	Reliabel

Sumber: Data Olahan 2025

Bersumber Tabel 7, seluruh indikator secara konsisten dan andal dalam mengukur konstruk laten. Hal ini ditunjukkan oleh *Cronbach's Alpha* > 0,6.

c. Uji Reliabilitas dengan *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 8. Hasil *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Kemudahan	0.598	Reliabel
Risiko	0.591	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.592	Reliabel

Sumber: Data Olahan 2025

Bersumber Tabel 8 setiap indikator secara konsisten dan reliabel merepresentasikan konstruk laten. Perihal ini dibuktikan dengan nilai AVE masing-masing indikator yang melebihi 0,5.

d. Uji Reliabilitas dengan *Collinearity Statistic* (VIF)

Tabel 9. Hasil *Collinearity Statistic* (VIF)

Variabel	VIF
K.1	2.133
K.10	2.407
K.2	2.218
K.3	1.985
K.4	2.776
K.5	2.589
K.6	1.926
K.7	2.970
K.8	2.245
K.9	2.109
KP.1	2.251
KP.10	2.137
KP.2	2.449
KP.3	2.861
KP.4	2.302
KP.5	2.094
KP.6	2.442

KP.7	2.030
KP.8	2.450
KP.9	2.114
R.1	2.930
R.10	2.024
R.2	2.237
R.3	2.319
R.4	2.093
R.5	1.897
R.6	1.950
R.7	2.253
R.8	2.486
R.9	2.497

Sumber: Data Olahan 2025

Bersumber Tabel 9, tidak terdapat multikolinearitas antar indikator variabel *display* produk, harga, dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian. Perihal ini dibuktikan dengan seluruh nilai VIF < 5, sehingga memenuhi kriteria yang disarankan oleh Ghazali (2023).

Model Struktural (Inner Model)

Uji *Path Coefficient*

Tabel 10. Hasil *Path Coefficient*

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
Kemudahan -> Keputusan Pembelian	0.634	0.636	0.056	11.378	0.000
Risiko -> Keputusan Pembelian	0.290	0.296	0.091	3.192	0.001

Sumber: Data Olahan 2025

Hasil dari pengujian *path coefficient* dari data tabel diatas membuktikan bahwa setiap variabel pada penelitian ini berpengaruh yang positif dan signifikan pada Keputusan pembelian menggunakan SPaylater, yang dimana hubungan setiap variabel pada penelitian

ini memiliki hasil nilai *P-values* dibawah 0,05, seperti nilai *P-values* yang disarankan Ghozali (2023). Hasil hubungan dari setiap variabel kemudahan terhadap Keputusan pembelian memiliki hasil *P-values* 0.000, dan pada variabel risiko terhadap Keputusan pembelian memiliki hasil *P-values* sejumlah 0.001.

Uji *Coefficient Determination*

Tabel 11. Hasil *Uji Coefficient Determination*

Variabel	R-square	R-Square adjusted
Keputusan Pembelian	0.719	0.718

Sumber: Data Olahan 2025

Bersumber tabel 11 nilai *R-Square* untuk variabel Keputusan Pembelian menggunakan SPaylater sejumlah 0,719 atau setara dengan 71,9%. Angka ini mengindikasikan variabel Kemudahan dan Risiko secara simultan memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPaylater sejumlah 71,9%, sementara sisanya sejumlah 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti di penelitian ini.

Evaluasi kecocokan *Model* (goodness of fit) di penelitian ini yang dilaksanakan dengan mengacu pada nilai *Q-Square* atau *coeffisien determination* (*R-Square*) mencerminkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam *Model*. Makin tinggi nilai *Q-Square*, jadi makin baik kualitas *Model* secara prediktif. Hasil perhitungan nilai *Q-Square*, yakni:

$$=1- (1 - 0,719)$$

$$=1- (1 - 0,281)$$

$$= 0,719$$

$$=71,9\%$$

Nilai *Q-Square* sejumlah 0,719 memperlihatkan Model regresi mampu menjelaskan sebesar 71,9% variasi data yang diamati. Adapun sisanya, yakni 28,1%, dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak tercakup di Model penelitian ini.

## Pembahasan dan Hasil Penelitian

### Uji Hipotesis

Tabel 12. Hasil *T-Statistics* dan *P-Values*

Variabel	T-Statistics	P-Values
Kemudahan-> Keputusan Pembelian	11.378	0.000
Risiko-> Keputusan Pembelian	3.192	0.001

Sumber: Data Olahan 2025

Hasil pengujian Hipotesis pada Tabel 12 dapat dijelaskan hasil uji hipotesis berikut:

Validitas hipotesis pertama (H1) pada pengaruh kemudahan (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y), memiliki hasil yang diterima. Hasil pengujian *path coefficient* untuk hipotesis H1 menunjukkan bahwa nilai *P-Values* sebesar 0,000 dan nilai T-statistik sebesar 11,378. Kedua nilai tersebut memenuhi kriteria signifikansi, di mana *P-Values* < 0,05 dan T-statistik > 1,96. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan variabel Kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPaylater.

Hipotesis kedua (H2) mengenai pengaruh Risiko (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid dan diterima. Uji *path coefficient* memperlihatkan *P-Values* sebesar 0,001 dan T-statistik sebesar 3,192, yang memenuhi kriteria signifikansi (*P-Values* < 0,05 serta T-statistik > 1,96). Bersumber hasil tersebut, disimpulkan variabel Risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan SPaylater.

### Rangkuman Hasil Hipotesis

Tabel 12. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
H1: Kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Diterima
H2: Risiko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian	Diterima
H3: Kemudahan (X1) dan Risiko (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian	Diterima

Sumber: Data Olahan 2025

## SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan Shopee Paylater di Kota Bekasi dengan pendekatan PLS-SEM. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dengan nilai P-Values sebesar 0,000 dan T-statistik 11,378, yang menunjukkan fitur SPaylater yang mudah diakses, proses pendaftaran sederhana, serta fleksibilitas pembayaran mendorong konsumen untuk menggunakannya.

Sementara itu, risiko juga terbukti memiliki pengaruh signifikan, dengan P-Values 0,001 dan T-statistik 3,192. Meskipun cenderung memberi dampak negatif, faktor seperti bunga tinggi, denda keterlambatan, serta potensi kebocoran data tetap memengaruhi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Secara simultan, kedua variabel—kemudahan dan risiko—mempengaruhi keputusan pembelian dengan nilai R-Square sebesar 0,719. Artinya, 71,9% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh dua variabel tersebut, sedangkan 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini. Temuan ini menegaskan bahwa meski SPaylater menawarkan kemudahan dan fleksibilitas, perhatian terhadap risiko finansial tetap krusial. Penelitian ini memberikan masukan strategis bagi Shopee dalam meningkatkan edukasi keuangan pengguna dan memperkuat aspek keamanan layanan, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya di bidang perilaku konsumen digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Alvin, M., & Amirudin, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 134–146.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater. *e-Proceeding of Management*, 8(3), 1–15.
- Databoks. (n.d.). Milenial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia. Retrieved from:  
<https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/66b5d6e18dff3/milenial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>

- Fajrussalam, H., Luthfi, T., Sallsabila, I., & Puspita Sari, R. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Paylater Dalam Online Shopping. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 8886–8893.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris Edisi 1* (1st ed.).
- Gujarati, N. Damodar. (2007). *Dasar-Dasar Ekonometrika Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Purnamasari, R. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater.
- Rosiwan, G. A., & Lasmanah. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Pengguna Terhadap Penggunaan Sistem Kredit Online pada Aplikasi Kredivo di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen*, 2, 69-76.
- far) and what is next. *Creativity and Innovation Management*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Wahyudi, I. (2022). Pengaruh reputasi perusahaan, environmental, social and governance dan kualitas audit terhadap tax avoidance. *Jurnal*, 5(2), 643–649.