

Analisis Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan *Trust* terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Fitur Shopee *PayLater*: Studi Kasus Pengguna Shopee Masyarakat Surakarta

Yasmin Oktavia¹⁾, Istiatin²⁾, Sarsono³⁾.

^{1,2,3} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta
yasminoktaviana@gmail.com, istiatin@gmail.com, sarsono@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate how the convenience of payment impacts buying choices when utilizing the Shopee PayLater option, to assess how the level of risk influences purchasing decisions with the Shopee PayLater feature, and to examine the impact of trust on buying decisions facilitated by the Shopee PayLater functionality. Shopee users in Surakarta, Central Java, were studied. This research approach employs a quantitative research design. All customers who have and have used Shopee PayLater in the Surakarta district of Central Java. The sample size for this study is 100 people. Purposive sampling is used in the sampling procedure. Data is gathered through the utilization of a survey, and the analysis involves employing traditional assumption testing, multiple linear regression, t-tests, and the determination coefficient test. The results reveal that the convenience of payment has a noteworthy and positive impact on buying choices carried out using the Shopee PayLater option. Similarly, the degree of risk exhibits a significant and favorable influence on purchasing decisions made through the Shopee PayLater feature. Furthermore, trust also demonstrates a substantial and beneficial effect on purchasing decisions facilitated by the Shopee PayLater functionality. The findings of multiple linear regression analysis show that Trust is the most important variable.

Keywords: *Ease of payment, Risk level, Trust, Purchasing Decision, Use of Shopee PayLater*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana kenyamanan pembayaran memengaruhi pilihan pembelian saat menggunakan opsi Shopee PayLater, untuk menilai bagaimana tingkat risiko mempengaruhi keputusan pembelian dengan fitur Shopee PayLater, dan untuk menguji dampak kepercayaan terhadap keputusan pembelian yang difasilitasi oleh fungsi Shopee PayLater. Pengguna Shopee di Surakarta, Jawa Tengah diteliti. Pendekatan penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif. Seluruh pelanggan yang telah dan pernah menggunakan Shopee PayLater di wilayah Surakarta Jawa Tengah. Besar sampel untuk penelitian ini adalah 100 orang. *Purposive sampling* digunakan dalam prosedur pengambilan sampel. Data dikumpulkan melalui survei, dan analisisnya melibatkan pengujian asumsi tradisional, regresi linier berganda, uji-t, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran memiliki dampak yang patut diperhatikan dan positif terhadap pilihan pembelian yang dilakukan dengan menggunakan opsi Shopee PayLater. Demikian pula, tingkat risiko menunjukkan pengaruh yang signifikan dan menguntungkan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan melalui fitur Shopee PayLater. Selain itu, kepercayaan juga menunjukkan pengaruh yang substansial dan menguntungkan terhadap keputusan pembelian yang difasilitasi oleh fungsionalitas Shopee

PayLater. Temuan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kepercayaan adalah variabel yang paling penting.

Kata Kunci: Kemudahan pembayaran, Tingkat Resiko, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Penggunaan Shopee PayLater

PENDAHULUAN

Pada zaman yang canggih ini, perkembangan transaksi keuangan terus berlangsung dengan cepat. Penggunaan mata uang fisik mulai digantikan oleh metode pembayaran non tunai. Selain menggunakan kartu debit untuk pembayaran, dalam era modern ini, uang elektronik juga telah mulai diperkenalkan. Revolusi dalam teknologi keuangan dimulai dari sektor perbankan dengan munculnya *Core Banking System* (CBS), sebuah aplikasi yang menjadi inti dari sistem perbankan. Ini adalah sebuah peristiwa di mana teknologi dan sektor keuangan saling berinteraksi Putri & Iriani(2020).

Dengan peningkatan jumlah penduduk pada saat ini yang memiliki pemahaman dan penggunaan *E-Commerce*, serta pertumbuhan Internet yang pesat, individu kini memanfaatkannya untuk mendirikan dan mengelola bisnis berbasis *online*. Hasilnya, bisnis-bisnis yang terbentuk melalui *E-Commerce* pun muncul. Fenomena ini mengakibatkan munculnya beragam fitur yang dirancang untuk mempermudah aktivitas belanja *online* bagi masyarakat. *E-Commerce* dengan pendekatan bisnis model *marketplace* memberikan pengalaman berbelanja *online* yang praktis dan efisien, dengan berbagai produk yang ditawarkan berdasarkan kategori seperti pakaian, buku, perangkat elektronik, mainan anak-anak, produk kecantikan, perlengkapan masak, barang-barang untuk bepergian, dan beragam kategori lainnya.

Menurut laporan terbaru kuartal II-2020 dari PETA *E-commerce iPrice*, posisi teratas ditempati oleh Shopee. Jumlah pengunjung bulanan situs web Shopee mencapai 93,44 juta kataboks (2022). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Heni *et al.*, (2020), Shopee memiliki berbagai ciri khas yang membedakannya dari *platform e-commerce* lainnya, salah satunya adalah fitur *Consumer to Consumer* (C2C) dan layanan obrolan langsung (*live chat*), yang memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berinteraksi. Shopee juga menawarkan beragam metode pembayaran yang tersedia bagi pengguna aplikasi Shopee, termasuk transfer bank, kartu kredit, ShopeePay, dan terbaru adalah Shopee PayLater.

Fasilitas pinjaman uang secara teknologi informasi pada Shopee PayLater diatur dalam pasal 1 No. 3 Peraturan (PJOK) No: 77/POJK.1/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, menyatakan bahwa: "Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi adalah Penyelenggaraan Layanan Jasa keuangan untuk mempertemukan pemberian pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam-meminjam dalam

mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.”

Keputusan untuk melakukan pembelian melalui platform *online* dapat terpengaruh oleh beberapa faktor, seperti kenyamanan, tingkat kepercayaan, dan tingkat resiko yang akan ditanggung oleh konsumen. Fenomena ini telah mendukung masyarakat untuk lebih cenderung memilih pembelian yang praktis dan ekonomis, tanpa menghabiskan waktu yang lama (Indriyani *et al.*, (2020). Cukup dengan membuka aplikasi *marketplace*, mereka dapat memilih produk yang diperlukan dan melakukan pembayaran menggunakan dompet digital yang saat ini menjadi salah satu kelebihan tersendiri.

Faktor penting yang mempengaruhi pembelian secara daring yaitu kemudahan menurut Wijaya & Kempa (2018). Perkembangan teknologi membantu konsumen yang memiliki keterbatasan waktu dalam memenuhi kebutuhan mereka. Melalui *platform* toko *online*, mereka dapat berbelanja tanpa harus mengalokasikan banyak waktu dan usaha. Hanya dengan mengakses aplikasi *marketplace*, mereka dapat memilih produk yang dibutuhkan dan melakukan pembayaran melalui dompet digital, kini menjadi salah satu keunggulan utama (Putri & Iriani, 2020). Salah satu fitur tambahan untuk melakukan transaksi di Shopee adalah dengan memilih opsi pembayaran melalui layanan kasir di seluruh gerai Indomaret yang berlokasi di seluruh wilayah Indonesia. Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian (Indriyani *et al.*,2020) kemudahan pembayaran berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tingkat resiko juga menjadi pemicu pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Penilaian konsumen terhadap sesuatu yang berdampak negatif akan menimbulkan kekhawatiran terhadap resiko yang harus diterima, juga bisa diartikan sebagai tingkat resiko. Tingkat resiko yang dirasakan oleh individu tidak dapat diprediksi sebelumnya dan dapat terjadi pada setiap konsumen (Aisah, 2022). Pernyataan tersebut didukung juga oleh penelitian Istiqomah, I. *et al.*, (2019) bahwa tingkat resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam bertransaksi melalui platform Shopee adalah kepercayaan (*trust*), yang menjadi pertimbangan utama dalam lingkungan digital yang memiliki informasi yang tidak seimbang dan tidak pasti. Kepercayaan dari konsumen memiliki dampak yang besar terhadap keputusan pembelian, karena dapat membantu mengatasi rasa ketidakpastian dan resiko yang terkait dengan transaksi *online* (Heni *et al.*, 2020). Transaksi jual beli secara *online* cenderung lebih penuh dengan ketidakpastian dan resiko dibandingkan dengan transaksi konvensional. Potensi resiko seperti tindak kejahatan *online* seperti pencurian data, penyalahgunaan kartu kredit, dan transfer dana ilegal dari rekening tertentu menjadi lebih signifikan jika keamanan di *platform e-commerce* masih lemah. Permasalahan bagi para pengguna yang ingin melakukan transaksi *online* (Nursukma

et al., 2021). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Kempa (2018), yang menyimpulkan bahwa tingkat kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Terdapat situasi yang melibatkan fitur PayLater seperti insiden yang terjadi di kawasan Pontianak. Penduduk Pontianak menghadapi kasus penipuan yang dilakukan oleh seorang individu bernama Rusdi. Rusdi terlibat dalam aksi penipuan yang melibatkan transaksi PayLater, yang ia pelajari melalui informasi yang ditemukan di *platform* Facebook (Inggardini & Marheni, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ini yaitu di Kota Surakarta, Jawa Tengah. Penelitian ini diperkirakan 3 bulan, mulai dari bulan Maret-Mei 2023. Populasi penelitian ini, yaitu seluruh konsumen yang memiliki dan pernah menggunakan Shopee PayLater yang ada di wilayah Surakarta, Jawa Tengah. Untuk jumlah populasi tersebut tidak diketahui secara pasti. Studi ini melibatkan 100 responden sebagai sampel. Pendekatan pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini: Pria dan Wanita usia minimal 21 tahun, Berdomisili di Surakarta, Pernah melakukan transaksi menggunakan Shopee PayLater setidaknya minimal 2 kali atau lebih dari 6 bulan terakhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Standar	Keterangan
1,138	0,150	0,05	Normal

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,150 > 0,05$, hasil menunjukkan bahwa residu data memiliki distribusi yang normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kemudahan Pembayaran	0,362	2,763	Bebas Multikolinearitas
Tingkat Resiko	0,617	1,620	Bebas Multikolinearitas
Trust	0,318	3,143	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2023

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan *Trust* nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 pada penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas dalam penelitian ini.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (P value)	Keterangan
Kemudahan Pembayaran	0,498	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Tingkat Resiko	0,903	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Trust	0,632	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2023

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa seluruh variabel bebas *P-value* > 0,05. Dengan demikian, disarankan secara keseluruhan variabel penelitian ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

d. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	0,101	1,227
Kemudahan Pembayaran	0,241	0,100
Tingkat Resiko	0,193	0,068
Trust	0,337	0,105

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2023

Persamaan regresi linier berganda yang diberikan menunjukkan hubungan antara variabel terikat dan tiga variabel bebas yaitu Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan *Trust*. Persamaan regresi ini dapat dirumuskan:

$$Y = 0,101 + 0,241X_1 + 0,193X_2 + 0,337X_3 + e$$

Penjelasan mengenai persamaan regresi linier berganda ini dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (α) sebesar 0,101 yang artinya apabila variabel independen yaitu Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan *Trust* nilainya adalah 0 (nol), maka variabel Keputusan Pembelian berada pada angka 0,101.
- b. Kemudahan Pembayaran (X_1) dari hasil analisis menunjukkan *coefficients* (X_1) = 0,241. Ini mengindikasikan bahwa jika variabel Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan *Trust* bernilai konstan 0 (nol), maka dengan adanya tambahan variabel Kemudahan Pembayaran akan mengakibatkan Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,241. Sehingga variabel Kemudahan Pembayaran berasosiasi positif terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta.
- c. Tingkat Resiko (X_2) memiliki nilai *coefficients* (X_2) = 0,193. Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan *Trust* bernilai konstan 0 (nol), maka dengan adanya tambahan variabel tingkat resiko mengakibatkan keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,193. Sehingga variabel Tingkat Resiko berasosiasi positif terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta.
- d. Koefisien variabel *Trust* (X_3) = 0,337. Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko dan *Trust* bernilai konstan 0 (nol), maka dengan adanya tambahan variabel *trust* mengakibatkan keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,337. Sehingga variabel *Trust* berasosiasi positif terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater di Surakarta.
- e. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, didapati *Trust* berpengaruh yang sangat dominan pada Keputusan Pembelian. Dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yang paling besar di antara semua variabel lain, yakni sebesar 0,337.

e. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t guna mengetahui adanya pengaruh secara parsial keseluruhan variabel bebas yaitu Kemudahan Pembayaran (X_1), Tingkat Resiko (X_2), dan *Trust* (X_3) terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 5
Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.
Kemudahan Pembayaran	2,416	1,984	0,018
Tingkat Resiko	2,848	1,984	0,005
<i>Trust</i>	3,226	1,984	0,002

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2023

- a. Hasil perhitungan menunjukkan ($2,416 > 1,984$), dan *sig.* ($0,018 < 0,05$). Kemudahan Pembayaran (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- b. Angka perhitungan menunjukkan ($2,848 > 1,984$), dan *sig.* ($0,005 < 0,05$). Tingkat Resiko (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- c. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,848 > 1,984$) dan *sig.* ($0,005 < 0,05$). Tingkat Resiko (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- d. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,266 > 1,984$) dan *sig.* ($0,002 < 0,05$). *Trust* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

f. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F atau Uji kelayakan model ini guna menilai seluruh variabel independen pada model memiliki dampak terhadap variabel kemudahan pembayaran, tingkat resiko, dan *trust* terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	678,741	3	226,247	46,559	0,000 ^a
Residual	466,499	96	4,859		
Total	1145,240	99			

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2023

Diketahui bahwa dalam pengujian uji F di atas diperoleh nilai $F_{hitung} 46,559 > F_{tabel} 2,699$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel Kemudahan Pembayaran (X_1), Tingkat Resiko (X_2), dan *Trust* (X_3) terhadap variabel Keputusan Pembelian sehingga model regresi layak digunakan untuk alat analisis penelitian.

g. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,770 ^a	0,593	0,580

Sumber: Data Primer yang diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil tabel di atas, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,580. Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,580 atau 58,0%. Kemudahan Pembayaran, Tingkat Resiko, dan *Trust* dapat menjelaskan variabel Keputusan Pembelian sebesar 58,0%. Sisanya 42,0%

dipengaruhi oleh variabel lain, misalnya: kualitas informasi, persepsi kegunaan, dan lain-lain

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan Pembayaran terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater pada Masyarakat Surakarta

Berdasarkan hasil uji tabel 5 memperoleh nilai $t_{hitung} 2,416 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,018 < 0,05$, kemudahan pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Seperti yang telah diidentifikasi dalam penelitian sebelumnya, Putri & Iriani, (2020) menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman *online* Shopee PayLater. Sejalan dengan penelitian Nursukma et al., (2021) menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* survei pada pengguna Tokopedia di Ponorogo.

Shopee PayLater menawarkan metode pembayaran yang nyaman bagi pengguna, memengaruhi keputusan pembelian mereka. Studi telah menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan metode pembayaran, secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater. Selain itu, pilihan pembayaran nontunai dan tersedianya ulasan produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan Shopee PayLater, pengguna dapat menikmati pengalaman berbelanja yang mulus dan bebas repot, menjadikannya pilihan populer di kalangan pembeli *online*.

Pengaruh Tingkat Resiko terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater pada masyarakat Surakarta

Berdasarkan hasil tabel 5 memperoleh nilai $t_{hitung} 2,848 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$, tingkat resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Heni *et al.*, (2020) bahwa tingkat resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pengguna Shopee PayLater. Penelitian dilakukan oleh Inggardini & Marheni (2021) menunjukkan bahwa tingkat resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee PayLater.

Shopee PayLater hadir dengan resiko tertentu yang harus diperhatikan pengguna sebelum melakukan pembelian. Salah satu resikonya adalah tingkat suku bunga yang dikenakan pada pinjaman, yaitu 2,95% untuk semua periode pinjaman.

Pengaruh Trust terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee PayLater pada Masyarakat Surakarta

Berdasarkan hasil tabel 5 memperoleh nilai $t_{hitung} 3,226 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$, *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijaya & Kempa (2018) menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aisah, (2022) menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada penggunaan transaksi Shopee PayLater mahasiswa FEB UNISMA.

Kepercayaan (*trust*) menjadi faktor penting dalam keputusan menggunakan Shopee PayLater. Studi telah menunjukkan bahwa kepercayaan (*trust*), bersama dengan persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan metode pembayaran, secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis data yang telah dilakukan maka beberapa kesimpulan yang meliputi:

1. Kemudahan pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater.
2. Tingkat Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater.
3. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur Shopee PayLater.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisah, S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee PayLater (Studi Kasus Mahasiswa Feb Unisma)*.
- Fatmariansi. (2019). *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya) Laporan Akhir*.
- Heni, D. A., Mursito, B., & Damayanti, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah, Vol.18 No.(2)*, 146–150.
- Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang*. 2. <http://proceedings.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/progress>

- Indriyani, K., Sri, H., & Eny, K. (2020). *Kemudahan, Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Dompot Digital OVO di Surakarta*. 11(1), 19–29.
- Inggardini, A. C., & Marheni, E. S. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater*. 2(1), 89–103.
- Istiqomah, I., Hidayat, Z., & Jariah, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Iklan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian di situs Shopee di Kota Lumajang. *Progress Conference*, 2(1), 557–563.
- Juni, W., Jesica, & Muhammad, R. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Perilaku Konsumen Untuk Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Pada Konsumen Starbuck Cabang Gambir). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 9–26.
- Kumbara, V. B. (2021). *Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk , Desain Produk*. 2(5), 604–630.
- Nursukma, H., Farida, U., & Widhianingrum, W. (2021a). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Data, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Pengguna Tokopedia di Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 5(2), 214. <https://doi.org/10.24269/iso.v5i2.795>
- Nursukma, H., Farida, U., & Widhianingrum, W. (2021b). *Pengaruh Kepercayaan , Keamanan Data , Kualitas Pelayanan , dan Persepsi Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Pengguna Tokopedia di Ponorogo)*. 5(2), 214–227.
- Oktafiani, K., Fauzi, H., & Rusminah HS. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Pakaian Distro Arj88 Store Kota Mataram. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 1–23.
- Perdana, O. C. I. A. (2021). Pengaruh Persepsi Resiko Dan Persepsi Teknologi Terhadap Kepuasan Konsumen Belanja Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Kalangan Generasi Milenial di Kecamatan Lima Puluh). *Fakultas Ekonomi*.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Sari, M. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan, Ulasan Produk dan Kemudahan

Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Lazada Pada Masyarakat Kota Palembang. *UIN Raden Fatah Palembang*.

Sukma, U. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*.

Wijaya, C., & Kempa, S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada*. 6(2).

Yuliawan, E., Siagian, H., & Liangdy, W. (2018). Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Zalora Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 12(2).