

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Perusahaan

##### 1. Sejarah Shopee Pay Later

Shopee merupakan *marketplace* jual beli *online* yang dapat diakses dengan mudah dan cepat. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari fashion sampai dengan kebutuhan sehari-hari. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* dan website untuk memudahkan penggunaanya dalam melakukan kegiatan berbelanja online baik melalui *website* maupun melalui aplikasi *mobile* di *smartphone*. Shopee Indonesia resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT. Shopee International Indonesia. PT. Shopee International Indonesia beralamatkan di Wisma 77 Tower 2 Lantai 11, Jl. Letjen. S. Parman Kav. 77 Slipi, Palmerah, Kota Administrasi Jakarta Barat. Shopee Indonesia diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015. Sejak peluncurannya Shopee Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Shopee memperkenalkan fitur pembayaran kartu kredit digital teranyar yang dinamai *Shopee Pay Later*. Fitur ini sudah digulirkan pada 6 Maret 2019, Shopee menyediakan fitur Pay Later ini dengan menggandeng perusahaan peer to peer lending bernama PT. Lentera Dana Nusantara (LDN). *Shopee Pay Later* merupakan solusi pinjaman instan hingga Rp 750.000 yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk membayar belanjaan dalam 1 bulan tanpa

bunga, atau dengan fasilitas cicilan 2 dan 3 bulan tanpa memerlukan kartu kredit. WNI yang berusia minimal 17 tahun dan/atau memiliki KTP. Berikut beberapa syarat dan ketentuan layanan bagi penerima pinjaman pada Bab Penggunaan Layanan yang harus dipenuhi oleh pengguna Shopee *Pay Later*, antara lain: Anda setuju bahwa Anda hanya akan menggunakan Layanan Kami untuk tujuan mengajukan permohonan untuk mendapatkan Fasilitas Pinjaman, menerima Fasilitas Pinjaman dari Pemberi Pinjaman sebagaimana disetujui dalam perjanjian Pinjaman, dan tujuan lain yang diperbolehkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku.

1. Dalam rangka penyediaan Layanan , Konsumen mengakui dan menyetujui bahwa Shopee *Pay Latter* berperan sebagai perantara yang mempertemukan Pemberi Pinjaman dan Penerima Pinjaman untuk tujuan Pemberian Fasilitas Pinjaman
2. Untuk menggunakan Layanan , Konsumen wajib melakukan pendaftaran dalam Platform dan memberikan data pribadi sesuai ketentuan yang disyaratkan dalam halaman pendaftaran.
3. Shopee *Pay latter* berhak untuk melaksanakan *credit scoring*, *customer due diligence* atau tindakan lain untuk memeriksa kelayakan calon Penerima Pinjaman untuk mendapatkan atau memenuhi kewajiban pelunasan Pinjaman. Selama proses tersebut berlangsung atau pihak ketiga yang bekerja sama dengan Shopee berhak untuk menghubungi Konsumen, lembaga, perusahaan, atau individu terkait untuk mencari informasi, melakukan verifikasi, dan mengkonfirmasi informasi terkait Konsumen.

Dengan ini memberikan persetujuan secara tidak dapat ditarik kembali untuk memberikan izin kepada Shopee *Pay Latter* untuk melakukan hal-hal tersebut. kecuali diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan, atau telah menerima persetujuan tertulis sebelumnya dari Pelanggan, Pihak Shopee tidak akan memberikan informasi atau dokumen yang diberikan oleh Anda kepada pihak ketiga.

4. Konsumen hanya akan mendapatkan fasilitas Pinjaman setelah melaksanakan *credit scoring*, *customer due diligence* atau tindakan lain yang diperlukan sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 4 di atas. Keputusan Shopee *Pay Latter* sehubungan dengan *credit scoring*, *customer due diligence* dan tindakan lain yang diperlukan merupakan kebijakan sendiri dan *absolute* dan bersifat final dan mengikat. Dalam hal berkeputusan untuk tidak memberikan Fasilitas Pinjaman kepada Konsumen, Shopee *Pay later* tidak memiliki kewajiban untuk memberikan detil atau alasan di balik tindakan tersebut.
5. Nilai maksimal Fasilitas Pinjaman yang dapat diterima oleh setiap Penerima Pinjaman dari satu atau lebih Pemberi Pinjaman adalah Rp 2.000.000.000. Anda dengan ini mengakui dan setuju bahwa penentuan nilai Fasilitas Pinjaman yang akan diberikan kepada Konsumen adalah kebijakan Kami sendiri dan bersifat *absolute*, serta bersifat final dan mengikat.
6. Jumlah bunga sehubungan dengan Fasilitas Pinjaman akan ditentukan di dalam Perjanjian Pinjaman. Dalam Penerimaan setiap Fasilitas Pinjaman,

Anda akan dikenakan biaya penggunaan Layanan dan/atau biaya-biaya lainnya sebagaimana ditentukan dalam perjanjian Pinjaman.

7. Dalam hal terdapat pembayaran untuk sebagian tagihan, jumlah tersebut akan digunakan untuk membayar bunga terlebih dahulu. Biaya keterlambatan tidak akan mempengaruhi batas Pinjaman Konsumen. Lebih lanjut lagi dalam hal perhitungan dari biaya-biaya menghasilkan nilai desimal, Kami akan membulatkan ke atas biaya tersebut.
8. Pelanggan harus melakukan pembayaran kembali Fasilitas Pinjaman sesuai dengan jadwal dan ke rekening yang dinyatakan dalam perjanjian Pinjaman.
9. Kami menggunakan *Escrow Account* dalam rangka penyediaan Layanan, termasuk Pemberian Fasilitas Pinjaman oleh Pemberi Pinjaman kepada Pelanggan, serta pelunasan Fasilitas Pinjaman oleh Anda kepada Pemberi Pinjaman. Dana yang ditempatkan dalam *Escrow Account* tidak dianggap sebagai simpanan yang diselenggarakan oleh Penyelenggara sebagaimana diatur dalam peraturan perundang undangan di bidang perbankan.
10. *Shopee Pay Later* akan memberitahu pelanggan jika terdapat perubahan syarat dan ketentuan, persyaratan-persyaratan atau biaya lain yang berlaku terhadap Fasilitas Pinjaman atau Layanan. Kami juga akan memberikan informasi kepada pelanggan terkait dengan Fasilitas Pinjaman melalui Platform sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Konsumen dengan ini memberikan kuasa yang tidak dapat ditarik kembali kepada Penyelenggara dan/atau pihak lain yang bekerja sama dengan

Penyelenggara (dalam hal berlaku) untuk melakukan hal-hal sebagai berikut:

- a) Mengumpulkan, memproses, menggunakan, meneruskan dan/atau memberikan informasi, data dan/atau dokumen, yang Anda sampaikan kepada Shopee dan/atau pihak yang bekerja sama dengan Kami (dalam hal berlaku), untuk diproses oleh Shopee, termasuk namun tidak terbatas pada *back-end system Pay Later*, atau kepada Pemberi Pinjaman dalam rangka menjalankan Layanan;
- b) Menerima, meneruskan, menggunakan, memproses atau menyampaikan semua informasi dari Pemberi Pinjaman
- c) Informasi relevan lainnya sehubungan dengan Fasilitas Pinjaman kepada Penerima Pinjaman
- d) Melakukan tindakan lain yang diperlukan dalam rangka penggunaan Layanan sesuai dengan Dokumen Layanan.<sup>7</sup> Wawancara dengan salah satu pengguna lama yang menggunakan Shopee *Pay Later*, berpendapat bahwa jumlah limit pertama yang didapatkan sebesar Rp 500.000, tetapi berbeda dengan temannya yang merupakan pengguna baru mendapatkan limit pertama sebesar Rp 700.000

## **2. Mekanisme Transaksi Menggunakan Shopee Pay Later**

Setelah pengajuan fitur Shopee *Pay Later* sudah dikonfirmasi, maka pengguna dapat bertransaksi sesuai limit yang telah diberikan. Berikut adalah syarat dan ketentuan berbelanja dengan ShopeePay *Later*, antara lain:

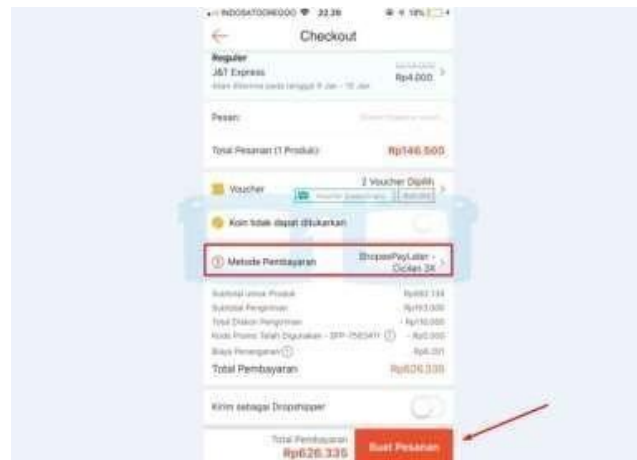
- a. Telah berhasil mengaktifkan ShopeePay Later.

- b. Dapat melakukan checkout sebanyak mungkin sesuai dengan limit pinjaman yang dimiliki.
- c. Tidak memiliki keterlambatan pembayaran tagihan untuk fitur ShopeePay Later dan/atau Shopee Pinjam.
- d. Tidak dapat menggunakan Shopee *Pay Later* untuk membeli produk dari kategori Voucher, Emas, Uang Elektronik, dan Zakat. Langkah-langkah transaksi menggunakan Shopee *Pay Later* sebagai berikut:
  - 1) Pilih ShopeePay *Later* sebagai metode pembayaran. Klik Konfirmasi.



**Gambar 4. 1 Tampilan Form Metode Pembayaran**

- 2) Klik Buat Pesanan



**Gambar 4. 2 Tampilan Form Checkout**

- 3) Masukkan PIN ShopeePay Anda



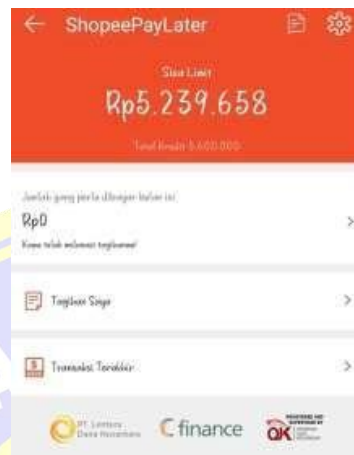
**Gambar 4. 3 Form Masukkan**

**Catatan:**

- a) Jika Anda sudah mengaktifkan ShopeePay, maka PIN ShopeePay Later sesuai dengan PIN ShopeePay.
- b) Jika Anda belum mengaktifkan ShopeePay, Anda akan mendapatkan kode verifikasi berupa kode OTP. Untuk keamanan ShopeePay Later Anda, mohon tidak memberikan kode OTP kepada siapapun termasuk

ke tim Shopee.

- c) Pembayaran akan secara otomatis terkonfirmasi & Penjual akan mendapatkan notifikasi untuk mengirimkan pesanan Anda.



**Gambar 4. 4 Tampilan Pembayaran telah Disetujui**

- 4) Bayar tagihan Shopee *Pay Later* Anda paling lambat tanggal 5 atau 11 bulan berikutnya sesuai dengan tanggal jatuh tempo Anda.

### **3. Mekanisme Membayar Tagihan Shopee Pay Later**

Tagihan Shopee Pay Later akan muncul pada tanggal 25 setiap bulannya dengan catatan pesanan sudah Selesai. Pengguna dapat melakukan pembayaran maksimal pada tanggal 5 di bulan berikutnya. Pengguna juga dapat melakukan pembayaran Shopee Pay Later sebelum jatuh tempo. Apabila jatuh tempo tetapi belum melakukan pembayaran, maka sistem akan memberitahukan secara langsung melalui nomor handphone yang didaftarkan pada saat registrasi dan melakukan akad.



## B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Karakteristik Responden

Subjek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah Seluruh mahasiswa surabaya. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan ke 30 responden pertama untuk di uji instrumen dan 130 responden selanjutnya dalam kurun waktu empat hari, seluruh responden yang memenuhi kriteria sampel yaitu sebanyak 124 responden. Kuesioner berisi 17 butir pertanyaan yang terdiri dari 3 butir pertanyaan untuk variabel Gaya Hidup (X1), 4 butir pertanyaan untuk variabel kemudahan (X2), 6 butir pertanyaan untuk variabel Persepsi Resiko (X3), dan 4 butir pertanyaan untuk variabel Minta Penggunaan (Y). Gambaran umum subjek penelitian dilakukan dengan menguraikan karakteristik responden meliputi jenis kelamin, Universitas, Semester, pendapatan, Pengguna Aktif Shopee Pay Later.

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki – Laki	72	58.1	58.1	58.1
	Perempuan	52	41.9	41.9	100.0
	Total	124	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1 diperoleh informasi bahwa responden Laki-laki sebanyak 72 orang atau 58,1% dan responden Perempuan sebanyak 52 orang atau 41,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang sedang berkuliah di Surabaya didominasi oleh Mahasiswa berjenis kelamin Laki-laki yaitu sebanyak 72 orang atau 58,1%.

#### b. Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Tabel 4.2 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan Universitas

**Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Universitas Muhammadiyah Surabaya	31	25.0	25.0	25.0
	Universitas Airlangga	33	26.6	26.6	51.6
	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	23	18.5	18.5	70.2
	Lain-Lain	37	29.8	29.8	100.0
	Total	124	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 diperoleh informasi bahwa responden Universitas Muhammadiyah Surabaya sebanyak 31 orang atau 25%, responden universitas Airlangga 33 orang atau 26,6 %, responden Institut Teknologi Sepuluh Nopember 23 orang atau 18,5 % dan responden lain-lain sebanyak 37 orang atau 29,8 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang sedang berkuliah di Surabaya didominasi oleh Mahasiswa Lain-lain yaitu sebanyak 37 orang atau 29,8 %.

### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Tabel 4.3 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis Semester

**Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Semester**

		Semester			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Semester 2	8	6.5	6.5	6.5
	Semester 4	31	25.0	25.0	31.5
	Semester 6	38	30.6	30.6	62.1
	Semester 8	47	37.9	37.9	100.0
	Total	124	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 diperoleh informasi bahwa responden Semester 2 sebanyak 8 orang atau 6,5 %, responden Semester 4 orang atau 25 %, responden, Mahasiswa Semester 6 38 orang atau 30,6 % dan responden Mahasiswa Semester 8 sebanyak 47 orang atau 37,9 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Semester 8 didominasi oleh Mahasiswa Semester 8 yaitu sebanyak 47 orang atau 37,9 %.

### d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.4 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan Pendapatan

**Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendapata n**

### Pendapatan per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 2.000.000	28	22.6	22.6	22.6
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.500.000	56	45.2	45.2	67.7
Rp. 3.500.001 – Rp. 5.000.000	29	23.4	23.4	91.1
> Rp. 5.000.001	11	8.9	8.9	100.0
Total	124	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh informasi bahwa responden yang memiliki pendapatan perbulan < Rp. 2.000.000 sebanyak 28 responden (22,6%), responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 2.000.001 - Rp. 3.500.000 sebanyak 56 responden (45,2 %), responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 3.500.001 - Rp. 5.000.000 sebanyak 29 responden (23,4 %), responden yang memiliki pendapatan perbulan > Rp. 5.000.001 sebanyak 11 responden (8,9 %). Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Surabaya didominasi oleh Mahasiswa yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 2.000.001 - Rp. 3.500.000 yaitu sebanyak 56 responden (45,2 %).

#### e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Aktif Shopee Pay

##### Later

Tabel 4.6 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis Pengguna

**Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Pengguna Aktif Shopee Pay Later**

#### Pengguna Aktif Shopee Pay Later

Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Iya	96	77.4	77.4	77.4
	Tidak	28	22.6	22.6	100.0
	Total	124	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh informasi bahwa responden pengguna aktif Shopee Pay Later sebanyak 96 orang atau 77,4 %, dan Pengguna yang tidak aktif menggunakan Shopee Pay Later sebanyak 28 orang atau 22,6 % Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna aktif Shopee Pay Later didominasi oleh Mahasiswa pengguna aktif yaitu sebanyak 96 orang atau 77,4 %.

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang diperoleh menggunakan skor mulai angka 1 sampai 4 (skala likert) yang dipakai untuk mengukur atau melihat tanggapan responden terhadap variabel gaya hidup (X1), *kemudahan* (X2), *Persepsi Resiko*(X3) dan Minat Penggunaan(Y).

### a. Deskripsi Variabel Gaya Hidup

Tanggapan responden terhadap variabel *Gaya Hidup* dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS	%	TS	%	S	%	SS	%		
		1		2		3		4			
X1	Gaya Hidup										
1	X1.1	22	17,7	17	13,7	49	39,5	36	29	2,79	100%
2	X1.2	20	16.1	57	46	23	18.5	24	19.4	2,41	100%

3	X1.3	13	10.5	37	29.8	44	35.5	30	24.2	2,73	100%
Total										2.64	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan dari Tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah X1.1 senilai 2,79 dengan pernyataan “Saya menggunakan Shopee Pay Later untuk aktivitas transaksi sehari hari” Kemudian indikator yang memiliki mean paling kecil adalah X1.2 senilai 2,41 dengan pertanyaan “Saya lebih suka dan tertarik bertransaksi menggunakan Shopee Pay Later dibandingkan metode pembayaran lainnya” Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel Gaya Hidup. Hal tersebut menunjukkan bahwa Gaya Hidup Shopee Pay Later

#### b. Deskripsi Variabel Kemudahan

Tanggapan responden terhadap variabel Kemudahan dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Variabel Kemudahan**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS		TS		S		SS			
		1	%	2	%	3	%	4	%		
X2	<i>Kemudahan</i>										
1	X2.1	8	6.5	19	15.3	36	29	61	49.2	3,20	100%
2	X2.2	20	16.1	41	33.1	38	30.6	25	20.2	2,55	100%
3	X2.3	8	6.5	33	26.6	64	51.6	19	15.3	2,75	100%
4	X2.4	28	22.6	27	21.8	43	34.7	26	21	2,54	100%
Total										2.75	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah X2.1 senilai 3,20 dengan pernyataan “Shopee Pay Later mudah dan jelas saat digunakan” Kemudian indikator yang memiliki mean paling kecil adalah X2.4 senilai 2,54 dengan pertanyaan “Masa jatuh tempo pembayaran Shopee Pay Later mudah untuk dikontrol” Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel *Kemudahan* . Hal tersebut menunjukkan bahwa *Kemudahan* Shopee Pay Later pada kalangan Mahasiswa Surabaya mudah digunakan

### c. Deskripsi Variabel Persepsi Risiko

Tanggapan responden terhadap variabel *Persepsi Risiko* dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel Persepsi Risiko**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS	%	TS	%	S	%	SS	%		
		1		2		3		4			
X3	Persepsi Risiko										
1	X3.1	21	16.9	20	16.1	25	20.2	58	46.8	2,96	100%
2	X3.2	24	19.4	51	41.1	33	26.6	16	12.9	2,33	100%
3	X3.3	10	8.1	29	23.4	71	53.7	14	11.3	2,71	100%
4	X3.4	34	27.4	40	32.3	32	25.8	18	14.5	2,27	100%
5	X3.5	21	16.9	23	18.5	36	29	44	35.5	2,83	100%
6	X3.6	20	16.1	40	32.3	39	31.5	25	20.2	2,55	100%
Total										2.60	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah X3.1 senilai 2,96 dengan pernyataan “Saya tidak khawatir akan mengalami rugi finansial ketika menggunakan Shopee Paylater. ” Kemudian indikator yang memiliki mean paling kecil adalah X3.4 senilai 2,27 dengan pertanyaan “Saya tidak khawatir ketika menggunakan Shopee Pay Later akan membahayakan saya dan orang lain” Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel Persepsi Resiko . Hal tersebut menunjukkan bahwa *Persepsi Resiko* pada Shopee Paylater sangat membahayakan kalangan Mahasiswa Surabaya

#### d. Deskripsi Variabel Minat Penggunaan

Tanggapan responden terhadap variabel Minat Penggunaan dapat diketahui sebagai berikut :

**Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Variabel Minat Penggunaan**

No	Pernyataan	Frekuensi Jawaban Responden								Mean	Total
		STS	%	TS	%	S	%	SS	%		
		1		2		3		4			
Y	Minat Penggunaan										
1	Y.1	9	7.3	21	16.9	30	24.2	64	51.6	3,20	100%
2	Y.2	23	18.5	55	44.4	30	24.2	16	12.9	2,31	100%
3	Y.3	16	12.9	35	28.2	53	42.7	20	16.1	2,62	100%
4	Y.4	28	22.6	32	25.8	38	30.6	26	21.0	2,50	100%
Total										2.65	

Sumber : Data Premier, (2023)

Berdasarkan dari Tabel di atas, dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki mean paling besar adalah Y.1 senilai 3,20 dengan pernyataan “Saya



berminat menggunakan Shopee Pay Later”. Kemudian indikator yang memiliki mean paling kecil adalah Y.2 senilai 2,31 dengan pertanyaan “Saya cenderung akan bertransaksi menggunakan Shopee Pay Later”. Sebagian besar responden memberi tanggapan setuju terhadap pernyataan pada variabel Minat Penggunaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa Mahasiswa minat dengan Jasa yang diberikan oleh Shopee Pay Later

### **C. Uji Instrumen**

Sebelum data dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis Pears on Correlation, data akan diuji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu dengan menggunakan 30 responden pertama. Hal tersebut bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan dan mengukur apa yang ingin diukur (validitas) dan dapat digunakan kembali untuk penelitian selanjutnya secara konsisten (reliabilitas).

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh instrumen penelitian mampu mencerminkan isi sesuai dengan hal dan sifat yang diukur. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2013) uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner

bener-bener mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Koefisien antara item dengan total item sama diatas 0,3 maka dinyatakan valid, tetapi jika korelasinya dibawah 0,3 maka dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
	Gaya Hidup (X1)	X1.1	0.901	0,3	0.000	Valid
		X1.2	0.865		0.000	Valid
		X1.3	0.852		0.000	Valid
	Kemudahan (X2)	X2.1	0.865		0.000	Valid
		X2.2	0.910		0.000	Valid
		X2.3	0.860		0.000	Valid
		X2.4	0.768		0.000	Valid
	Persepsi Resiko (X3)	X2.1	0.877		0,000	Valid
		X2.2	0.840		0,000	Valid
		X2.3	0.886		0,000	Valid
		X2.4	0.992		0,000	Valid
		X2.5	0.836		0,000	Valid
	Minat Penggunaan (Y)	Y.1	0,898	0,000	Valid	
		Y.2	0,920	0,000	Valid	
		Y.3	0,902	0,000	Valid	
		Y.4	0,864	0,000	Valid	

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan dari tabel di atas menunjukkan nilai R hitung dari masing-masing variabel > R Tabel 0,3 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Gaya Hidup, Kemudahan, Persepsi Risiko dan Minat Penggunaan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan tingkat alat pengumpul data yang digunakan. Koefisien reliabilitas diketahui dari besarnya koefisien alpha ( $\alpha$ ). Statistik alpha cronbach menghitung konsistensi internal berdasarkan atas rata-rata korelasi antar item (indikator). Instrumen (kumpulan indikator) suatu konstruksi dikatakan reliabel jika memiliki statistik alpha cronbach sekurang-kurangnya 0,70. Namun beberapa penelitian lain mensyaratkan nilai ini cukup sekurang-kurangnya 0,50.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Gaya Hidup (X1)	0,854	0,7	Reliabel
2	Kemudahan (X2)	0,882	0,7	Reliabel
3	Persepsi Resiko (X3)	0,811	0,7	Reliabel
4	Minat Penggunaan (Y)	0,840	0,7	Reliabel

Sumber : Data Primer, (2023)

Berdasarkan tabel di atas nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) pada semua variabel lebih besar dari standar reliabilitas (0,7) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa indikator atau kuesioner yang digunakan pada variabel Gaya Hidup (X1), Kemudahan (X2), Persepsi Resiko (X3) dan Minat Penggunaan(Y) dinyatakan dapat dipercaya (*reliabel*) sebagai alat ukur variabel penelitian dan dapat digunakan kembali untuk penelitian selanjutnya.

## D. Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

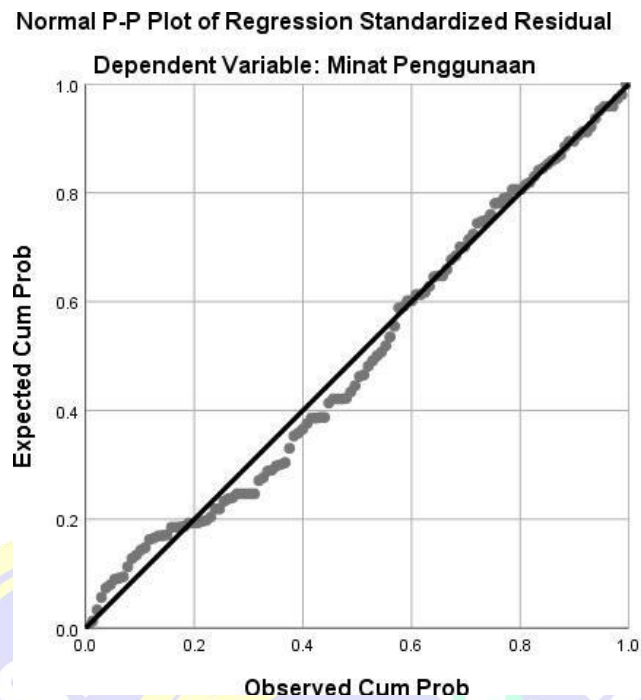
### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji distribusi sampel penelitian apakah normal atau tidak. Data dinyatakan memiliki distribusi normal jika nilai *Asymptotic Significance*  $> 0,05$ , sedangkan pada uji PP plot standar mendekati garis diagonal. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov dan uji PP plot :

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71206856
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.047
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Output SPSS, (2023)



**Gambar 4. 10 Uji Normalitas PP Plot**

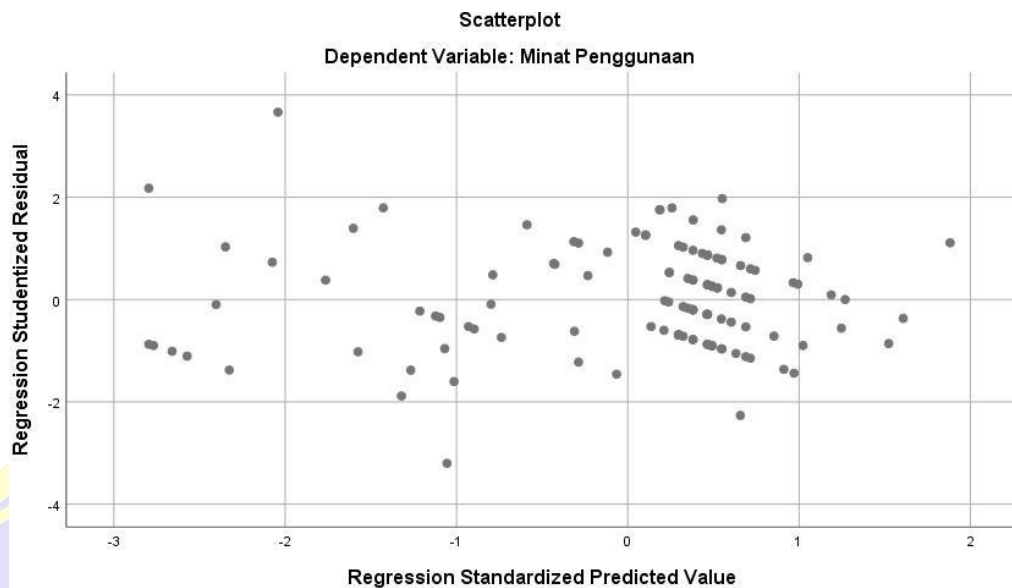
Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan Tabel uji normalitas dengan menggunakan metode kolmogorov smirnov dapat dilihat nilai *Asymptotic Significance* yakni  $0,2 > 0,05$ . Dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Sedangkan berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini berdistribusi normal.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya dalam sebuah model regresi. Untuk dapat mendeteksi terjadinya masalah heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel

terikat dengan residual error. Jika titik-titik tersebut tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan bawah angka nol (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



**Gambar 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)**

Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan Gambar dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar keatas dan kebawah angka 0 dan tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## **2. Uji Regresi Linier Berganda**

### **a. Uji Regresi Linier Berganda**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh antara variabel bebas GayaHidup (X1), Kemudahan (X2), Persepsi Resiko (X3) terhadap variabel terikat Minat

Penggunaan (Y). Proses perhitungan menggunakan program SPSS, sehingga dihasilkan persamaan linier seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.267	.874		2.594	.011
	Gaya Hidup	.672	.107	.543	6.297	.000
	Kemudahan	.051	.082	.045	.620	.537
	Persepsi Risiko	.158	.060	.223	2.604	.010

Sumber : Output SPSS, (2023)

Berdasarkan Tabel maka persamaan regresi yang didapat adalah sebagai berikut:

$$= 2,267, + 0,672 X_1 + 0,051 X_2 + 0,158 X_3 + e$$

Hasil persamaan regresi linier berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 2,267 . Hal tersebut berarti apabila variabel bebas Gaya Hidup, Kemudahan, Persepsi Risiko adalah bernilai konstan, maka besarnya variabel terikat yaitu kepuasan nasabah adalah sebesar 2,267 satuan.
2. Gaya Hidup (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,672. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien Gaya Hidup (X1) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap kepuasan nasabah (Y). Apabila Gaya Hidup bertambah satu satuan, maka kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 6,297 satuan.

Artinya semakin tinggi nilai Gaya Hidup maka semakin tinggi nilai Minat Penggunaan .

3. Kemudahan (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,051. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien Kemudahan (X2) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap kepuasan nasabah (Y). Apabila Kemudahan bertambah satu satuan, maka kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 0,620 satuan. Artinya semakin tinggi nilai Kemudahan maka semakin tinggi nilai Minat Penggunaan .
4. Persepsi Resiko (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0,158. Hal tersebut menandakan bahwa koefisien Persepsi Resiko (X3) memiliki pengaruh positif (searah) terhadap kepuasan nasabah (Y). Apabila Persepsi Resiko bertambah satu satuan, maka kepuasan nasabah akan bertambah sebesar 2,60 satuan. Artinya semakin tinggi nilai Persepsi Resiko maka semakin tinggi nilai Minat Penggunaan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Gaya Hidup, Kemudahan dan Persepsi Resiko memiliki pengaruh positif atau searah dengan variabel terikat yaitu Minat Penggunaan

#### **b. Uji Koefisien Determinasi**

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi seperti pada tabel di bawah ini:



**Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.736 <sup>a</sup>	.542	.530	1.73334	1.601

Sumber : Output SPSS, (2023)

Untuk menafsirkan tingkat koefisien korelasi dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

**Tabel 4. 15 Interval Koefisien Korelasi**

Besar R	Interpretasi
Antara 0,80 sampai dengan 1.00	Sangat Kuat
Antara 0,60 sampai dengan 0.80	Kuat
Antara 0,40 sampai dengan 0.60	Cukup Kuat
Antara 0,20 sampai dengan 0.40	Rendah
Antara 0,10 sampai dengan 0.20	Sangat Rendah

Sumber : Arikunto (2018)

Hasil regresi berganda di atas didapatkan nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,736, hal tersebut menunjukkan bahwa antara variabel bebas dan terikat memiliki tingkat hubungan dalam kategori kuat. Adapun nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan sebesar 0,542 atau sebesar 54,2%. Artinya bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 54,2 % sedangkan 45.8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t atau yang disebut dengan uji hipotesis parsial adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan dari koefisien regresi. Dalam uji t menggunakan level of signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau  $\alpha = 0,05$ . Adapun kriteria pengujian yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$
- 2) Hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  nilai signifikan  $< 0,05$

Pada penelitian ini penulis menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% maka nilai  $\alpha$  pada penelitian ini sebesar 0,05, sehingga untuk melihat nilai  $t_{\text{tabel}}$  dapat ditentukan sebagai berikut: dapat ditentukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T_{\text{tabel}} &= (\alpha ; 124 - k - 1) \\ &= (0,05 ; 124 - 3 - 1) \\ &= (0,05 ; 120) \end{aligned}$$

Jadi dengan nilai  $t$  sebesar 0,05 dan nilai  $df$  sebesar 120 maka dapat diketahui nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1.97993.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.267	.874		2.594	.011

Gaya Hidup	.672	.107	.543	6.297	.000
Kemudahan	.051	.082	.045	.620	.537
Persepsi Risiko	.158	.060	.223	2.604	.010

Berdasarkan pada Tabel di atas, maka dapat diperoleh uji hipotesis sebagai

berikut :

### 1. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $6,297 > 1.97993$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti Gaya Hidup ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) Minat Penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya

### 2. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel yakni  $0,620 < 1.97993$ , dan nilai signifikansi  $0,537 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak yang berarti Kemudahan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Penggunaan ( $Y$ ) Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya

### 3. Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $2,604 > 1.97993$ , dan nilai signifikansi  $0,010 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima yang berarti Persepsi Resiko ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan ( $Y$ ) shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya

### b. Uji F

Uji F atau disebut dengan uji hipotesis simultan adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Gaya Hidup (X1), Kemudahan (X2), Persepsi Resiko (X3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat Minat Penggunaan (Y). Hasil uji F dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4. 17 Hasil Uji F**

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	426.134	3	142.045	47.278	.000 <sup>b</sup>
	Residual	360.535	120	3.004		
	Total	786.669	123			

Sumber : Output SPSS, (2023)

Nilai F hitung yang diperoleh dari tabel 4.15 sebesar 47.278 sedangkan nilai F tabel dari hasil  $df = n - k$  ( $k =$  jumlah variabel independen bebas,  $n =$  jumlah responden) yakni  $df = 124 - 3 = 121$  sehingga didapat F tabel sebesar 2,28. Dengan demikian nilai F hitung  $47.278 > 2,28$  dengan tingkat signifikansi 0,000 karena tingkat signifikansi  $<$  dari 0,05 , maka  $H_0$  diterima yang berarti Gaya Hidup (X1), Kemudahan (X2), Persepsi Resiko (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan (Y) Shopee Pay Later Pada Mahasiswa Surabaya

### a. Variabel Paling Dominan

Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan di antara variabel pengetahuan Gaya Hidup, Kemudahan dan Persepsi Resiko, maka dapat dilihat nilai masing-masing variabel dari hasil berikut :

**Tabel 4. 18 Hasil Uji *Standardized Coefficients***

		Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		2.594	.011
	Gaya Hidup	.672	6.297	.000
	Kemudahan	.051	.620	.537
	Persepsi Risiko	.158	2.604	.010

Sumber : Output SPSS, (2022)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat pada kolom *standardized coefficients* dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup memiliki nilai 0,672 yang lebih besar dari pada variabel pengetahuan Kemudahan (0,051) dan Persepsi Risiko (0,158), serta dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel gaya hidup  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel minat penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya adalah variabel gaya hidup.

**Tabel 4. 19 Hasil Kesimpulan Hipotesis**

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Hasil
H1	Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya	Diterima
H2	Kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya	Ditolak

H3	Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya	Diterima
H4	Gaya Hidup, Kemudahan, Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay Later pada Mahasiswa Surabaya	Diterima
H5	Gaya Hidup merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay Later pada Mahasiswa Surabaya	Diterima

## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh *Gaya Hidup* Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel yakni  $6,297 > 1,97993$ , dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti Gaya Hidup ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan ( $Y$ ) Shopee Paylater Pada Mahasiswa Surabaya.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator variabel Gaya Hidup yang terdiri dari fasilitas *Activity*, *Interest* dan *Opinion* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Minat Pengguna Shopee Pay Later Pada Mahasiswa Surabaya. Hal ini berarti Mahasiswa Surabaya berminat terhadap Shopee Pay Later karena Shopee Pay Later lebih menarik daripada metode pembayaran lain, sesuai dengan dengan hasil deskripsi variabel gaya Hidup bahwa pernyataan “Saya lebih suka dan tertarik bertransaksi menggunakan Shopee Pay Later dibandingkan metode pembayaran lainnya.” memiliki mean paling besar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puji et al., (2021) dengan judul “Pengaruh Harga dan Gaya Hidup Terhadap

Minat Beli Masyarakat Pada Pasar Tradisional Amahami Di Masa Pandemi Covid-19” menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan Mantala & Suasana, (2018) dengan judul “Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli *Smartphone* Iphone Di Kota Denpasar”.

Gaya hidup merupakan kebiasaan seseorang dalam memprioritaskan kebutuhan sekunder dan dapat berubah tergantung dengan tren dan keinginan orang tersebut. Hal ini terbukti dari hasil tanggapan responden bahwa variabel gaya hidup seluruh indikatornya mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan

## **2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dengan uji t diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $0,620 < 1,97993$ , dan nilai signifikansi  $0,537 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti Kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Penggunaan ( $Y$ ) Shopee Paylater pada mahasiswa Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator variabel Kemudahan yang terdiri dari Mudah dimengerti, Fleksibel, mudah digunakan, mudah dikontrol tidak berpengaruh terhadap minat Penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya. Hal ini menggambarkan bahwa Kemudahan tidak mempengaruhi minat mahasiswa Surabaya karena Shopee pay later sangat mudah digunakan serta mahasiswa cenderung mudah memahami system dari shopee pay later.

Penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini yaitu hasil ini sejalan dengan penelitian Zakiyah, (2020) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay” yang menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini berarti konsumen gopay menggunakan gopay bukan karena gopay mudah saat digunakan.

### **3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yakni  $2,604 > 1.97993$ , dan nilai signifikansi  $0,010 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima yang Persepsi Risiko ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan ( $Y$ ) di Shopee Paylater pada mahasiswa surabaya.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator variabel Persepsi Risiko yang terdiri dari Risiko Keuangan, Risiko Sosial, Risiko Kinerja, Risiko Psikologis, Risiko Fisik, Risiko Waktu berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya. Hal ini berarti mahasiswa surabaya berminat karena memiliki persepsi risiko positif terhadap Shopee pay later, sesuai dengan pernyataan “Saya tidak khawatir ketika menggunakan Shopee Pay Later akan membahayakan saya dan orang lain” yang memiliki mean paling besar.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harto & Munir (2021) dengan judul Analisis Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Situs Jual Beli Shopee



menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan Wahyuni & Dahmiri (2021) dengan judul Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keamanan Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen di *Marketplace*.

#### **4. Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan**

Hasil analisis Uji F maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima yang berarti gaya hidup, kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya. Hasil dari uji korelasi berganda ( $R$ ) menunjukkan bahwa antara variabel bebas dan terikat memiliki tingkat hubungan dalam kategori kuat. Adapun nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 54,2% sedangkan 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti, bahwa gaya hidup, kemudahan, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Pay Later pada mahasiswa Surabaya. Hal ini disebabkan karena Shopee Pay Later mudah dan jelas saat digunakan, hal ini dapat terlihat pada semua item pernyataan variabel kemudahan yang telah diajukan dengan nilai total rata-rata 2.75 yang termasuk kategori tinggi dibandingkan dengan variabel lain. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa responden menilai gaya hidup, kemudahan, dan persepsi risiko pada Shopee Pay Later sudah tergolong baik.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Jauhari (2020) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Shopee International Indonesia” dan Khairunnisa (2018) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Di Media Sosial Instagram (Survey Pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Yang Menggunakan Instagram)” yang menyatakan bahwa gaya hidup, kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

