

**Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku
Terhadap Niat Beli Online Menggunakan Shopee Paylater
(Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Malang)**

Anisia Damayanti *)

Rois Arifin **)

Rahmawati *)**

Email : ansia.damayanti10@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to find out and analyze the influence of attitudes, subjective norms and perceptions of behavioral control simultaneously and partially on online purchase intentions using Shopee Paylater. This type of research used is quantitative research. The sample in this study were students in the city of Malang who had used Shopee Paylater. Data collection technique used is through the distribution of questionnaires. The analytical method used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that attitudes, subjective norms and perceptions of behavioral control simultaneously influence the intention to buy online using Shopee Paylater. Partially, attitudes influence online purchase intentions using Shopee Paylater. Meanwhile, subjective norms and perceptions of behavioral control have no effect on online purchase intentions using Shopee Paylater.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control, Online Purchase Intention.

Pendahuluan

Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informasi telah memberikan dampak besar di berbagai bidang, termasuk perdagangan. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, menggunakan *internet* untuk memfasilitasi transaksi komersial, penjualan barang dan jasa, serta penyebaran informasi. Belanja *online* semakin populer di kalangan masyarakat, terutama milenial, karena dinilai lebih nyaman, menghemat waktu, dan memungkinkan pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi melalui *browser web* atau aplikasi jual beli *online* tanpa harus bertemu langsung. Kemudahan penggunaan *smartphone* adalah salah satu faktor pendukung dalam maraknya belanja *online*. Banyaknya minat konsumen untuk berbelanja *online* telah mendorong munculnya berbagai *marketplace* yang digunakan penjual untuk menawarkan produknya.

Shopee adalah *marketplace* atau *platform* perdagangan elektronik yang paling populer di Indonesia. Shopee merupakan bagian dari *SEA Group* dan telah menyebar ke negara-negara Asia Tenggara lainnya. Shopee memudahkan penggunaannya dengan menyediakan banyak fitur berguna seperti diskon, penjualan kilat, pengiriman gratis, *cashback* dan *voucher*, *shopee games*, *shopeepay*, dan fitur *shopee paylater*. Shopee juga dapat diakses dan diunduh melalui *iOS* maupun *Android*. Shopee menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi layanan belanja *online* yang paling sering digunakan oleh masyarakat, dengan 74,7% dari 10 ribu responden yang disurvei menggunakan aplikasi ini.

Shopee Paylater adalah layanan bayar nanti atau *paylater* yang paling banyak digunakan dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia dengan 78,4% responden menggunakan

fitur tersebut. Survei juga menunjukkan bahwa metode pembayaran *paylater* lebih populer dan banyak digunakan dibandingkan penggunaan kartu kredit, terutama di kalangan Gen Z dan generasi milenial. Fitur Shopee *Paylater* pertama kali diperkenalkan pada tahun 2019 dengan konsep utama "beli sekarang bayar nanti". Pengguna Shopee *Paylater* dapat memilih opsi untuk membayar dengan menggunakan salah satu opsi periode cicilan yang ditawarkan dan fitur ini diawasi oleh OJK untuk keamanan pengguna. Namun, ada ketentuan-ketentuan yang perlu diperhatikan, seperti biaya keterlambatan dan biaya tambahan di setiap transaksi menggunakan *paylater*. Pengguna *paylater* juga harus mengontrol diri untuk menghindari dari perilaku berbelanja secara berlebihan.

Niat adalah langkah awal dari perilaku seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tertentu. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menyatakan bahwa tindakan diawali dengan niat yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Sikap adalah penilaian seseorang tentang kesenangan atau ketidaknyamanan atas perilaku tertentu. Norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Persepsi kontrol perilaku adalah penilaian individu tentang seberapa mudah atau sulitnya untuk melakukan perilaku tertentu. Semakin tinggi niat beli yang dihasilkan oleh keyakinan pelanggan bahwa keputusan pembelian berada dalam kendali mereka, maka semakin tinggi pula niat beli yang ditimbulkan atas keputusan tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

- Apakah sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*?
- Apakah sikap berpengaruh secara parsial terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*?
- Apakah norma subjektif berpengaruh secara parsial terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*?
- Apakah persepsi kontrol perilaku berpengaruh secara parsial terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku secara simultan terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap secara parsial terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh norma subjektif secara parsial terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*
- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kontrol perilaku secara parsial terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*

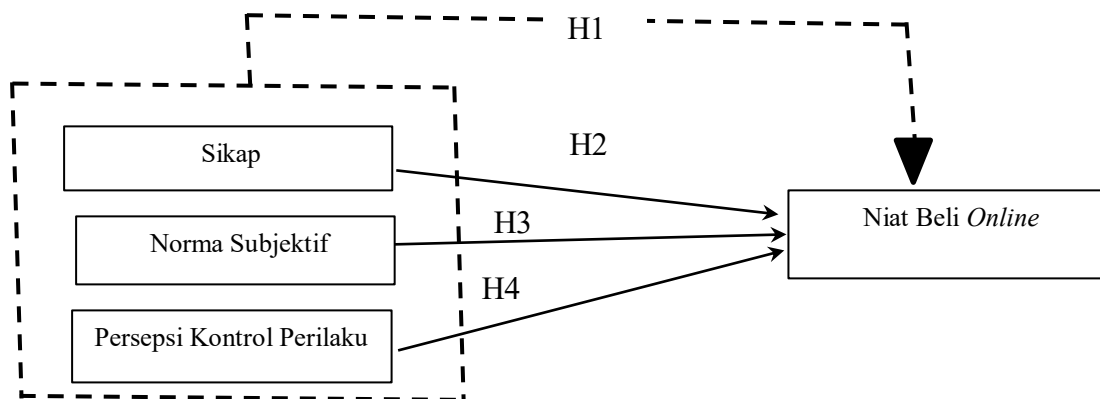
Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

- Secara Praktis
 - Bagi Perusahaan: Penelitian ini diharapkan dapat sebagai pertimbangan pemimpin mengenai pengukuran Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku bagaimana pengaruhnya terhadap Niat Beli *Online*.

- 2) Bagi Penulis: Melalui penelitian ini, diharapkan menjadi sarana menambah wawasan tentang Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli *Online*.
- b. Secara Teoritis
- Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi masukan penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan variabel Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H1 : Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh secara simultan terhadap niat beli menggunakan Shopee *Paylater*
- H2 : Sikap berpengaruh secara parsial terhadap niat beli menggunakan Shopee *Paylater*
- H3 : Norma Subjektif berpengaruh secara parsial terhadap niat beli menggunakan Shopee *Paylater*
- H4 : Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh secara parsial terhadap niat beli menggunakan Shopee *Paylater*

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan *explanatory research* yang menggunakan pendekatan kuantitatif, tempat penelitian ini dilakukan pada mahasiswa di Kota Malang yang mengetahui tentang fitur pembayaran Shopee *Paylater*. Penelitian ini dilakukan oleh penulis mulai dari September 2022 sampai Januari 2023.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di kota Malang yang mengetahui fitur pembayaran Shopee *Paylater* yang tidak diketahui secara pasti. Maka Sampel yang digunakan dalam penelitian ini kemudian menerapkan rumus Malhotra. Dalam penelitian ini berjumlah empat variabel, dengan jumlah indikator 14 item. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 70 sampel yang diperoleh dari 5×14 (jumlah item pertanyaan). Sedangkan teknik pengambilan sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Niat Beli *Online* (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, dengan Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Persepsi Kontrol Perilaku (X3) sebagai variabel independen. untuk keperluan pengukuran variabel-variabel tersebut yang merupakan tanggapan yang diberikan oleh responden dalam penelitian ini Uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi terlebih dahulu dilakukan dengan menggunakan skala likert. bertujuan untuk analisis statistik

deskriptif dengan SPSS.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Niat Beli *Online* (Y)

Niat adalah keinginan yang kuat untuk melakukan suatu tindakan yang timbul dari dalam diri individu. Niat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk bertindak sebelum membuat keputusan pembelian. Konsumen akan melakukan riset terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Niat beli online adalah kecenderungan konsumen untuk terlibat dalam perilaku belanja online.

Variabel Independen

Sikap (X1)

Sikap adalah perasaan dalam diri seseorang yang menunjukkan suka atau tidak suka terhadap suatu hal, seperti produk atau layanan. Ini didasarkan pada evaluasi positif atau negatif atas perilaku seseorang, dan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam aktivitas pemasaran. Dalam konteks belanja online, sikap mengacu pada penilaian konsumen tentang membeli barang atau jasa melalui internet. Sikap juga bisa diartikan sebagai reaksi individu terhadap penghargaan atau hukuman dari mengevaluasi dan bertindak terhadap objek sosial.

Norma Subjektif (X2)

Norma subjektif adalah keyakinan seseorang tentang bagaimana orang lain memandang perilaku mereka, yang secara langsung memengaruhi persepsi tekanan sosial untuk mematuhi harapan mengenai perilaku tertentu. Dalam konteks psikologi sosial, norma subjektif didefinisikan sebagai pandangan individu tentang tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Norma subjektif mencerminkan pandangan seseorang mengenai pengaruh referensi penting terhadap perilaku tertentu.

Persepsi Kontrol Perilaku (X3)

Persepsi kontrol perilaku, atau *Perceived Behavioral Control*, mengacu pada penilaian seseorang tentang sejauh mana mereka memiliki kemampuan dan kendali untuk melakukan aktivitas yang diinginkan, serta sejauh mana mereka dapat mengontrol hasil dari perilaku tersebut. Faktor-faktor seperti pengalaman masa lalu dan hambatan yang diantisipasi mempengaruhi persepsi kontrol perilaku. Persepsi kontrol perilaku terjadi pada tingkat individu, kelompok, atau organisasi dalam konteks produk atau layanan nyata.

Hasil dan Pembahasan Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Niat Beli <i>Online</i>	Y.1	0,754	0,235	VALID
	Y.2	0,438	0,235	VALID
	Y.3	0,801	0,235	VALID
	Y.4	0,810	0,235	VALID
	Y.5	0,775	0,235	VALID
Sikap	X1.1	0,820	0,235	VALID
	X1.2	0,775	0,235	VALID
	X1.3	0,847	0,235	VALID
Norma Subjektif	X2.1	0,828	0,235	VALID
	X2.2	0,880	0,235	VALID
	X2.3	0,891	0,235	VALID
	X2.4	0,814	0,235	VALID
Persepsi Kontrol Perilaku	X3.1	0,967	0,235	VALID
	X3.2	0,962	0,235	VALID

Hasil uji validitas pada Tabel 1 menunjukkan bahwa semua data instrumen Dapat disimpulkan dari nilai bagian korelasi keseluruhan yang lebih besar dari tabel r bahwa pernyataan variabel *valid* untuk semua item.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Niat Beli <i>Online</i> (Y)	0,754	Reliabel
2	Sikap (X1)	0,774	Reliabel
3	Norma Subjektif (X2)	0,872	Reliabel
4	Persepsi Kontrol Perilaku (X3)	0,924	Reliabel

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Niat Beli *Online* sebesar $0,754 > 0,6$ sehingga hasilnya dapat dikatakan reliabel.
- 2) Nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Sikap sebesar $0,774 > 0,6$ sehingga hasilnya dapat dikatakan reliabel.
- 3) Nilai *Cronbach's Alpha* variabel Norma Subyektif $0,872 > 0,6$, sehingga temuan dapat dipercaya.
- 4) Hasil tersebut dapat dikatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* pada variabel Persepsi Kontrol Perilaku $0,924 > 0,6$.

UJI Normalitas

Tabel 3 Uji Hasil Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78245786
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.048
	Negative	-.094
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Hasil uji normalitas pada Tabel di atas bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* untuk semua variabel memenuhi nilai signifikansi *Asymp. Sig* sebesar $0,200 > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Analisis data Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,263	3,806	Tidak terjadi Multikolinearitas
X2	0,289	3,457	Tidak terjadi Multikolinearitas
X3	0,428	2,337	Tidak terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4 di atas, tidak ada variabel yang menunjukkan multikolinieritas karena masing-masing memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10, yaitu variabel Sikap (X1) sebesar 0,263, variabel Norma Subjektif (X2) sebesar 0,289, dan variabel Kontrol Persepsi Perilaku (X3) sebesar 0,428.

Multikolinearitas tidak ada karena nilai VIF untuk masing-masing variabel kurang dari 10. Norma Subjektif (X2) sebesar 3,457, Perceived Behavior Control (X3) sebesar 2,337, dan Sikap (X1) sebesar 3,806.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel bebas	Sig.	Keterangan
X1	0,952	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X2	0,811	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
X3	0,145	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Pada Tabel 5 menunjukkan bahwa X1, X2 dan X3 semuanya memiliki koefisien korelasi yang signifikan $> 0,05$. Sehingga regresi yang digunakan tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.772	1.263		5.361	.000		
X1	.848	.198	.613	4.272	.000	.263	3.806
X2	.092	.133	.095	.692	.491	.289	3.457
X3	.229	.189	.137	1.216	.228	.428	2.337

a. Dependent Variable: Y

- b_1 = Koefisien regresi Sikap (X1) sebesar 0,848 berarti bahwa setiap variabel Sikap (X1) meningkat, maka variabel Niat Beli Online (Y) terhadap Shopee Paylater juga akan mengalami peningkatan.
- b_2 = Koefisien regresi Norma Subjektif (X2) sebesar 0,092 berarti bahwa setiap variabel Norma Subjektif (X2) meningkat, maka variabel Niat Beli Online (Y) terhadap Shopee Paylater juga akan mengalami peningkatan.
- b_3 = Koefisien regresi Persepsi Kontrol Perilaku (X3) sebesar 0,229 berarti bahwa setiap variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3) meningkat, maka variabel Niat Beli Online (Y) terhadap Shopee Paylater juga akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	394.148	3	131.383	39.554	.000 ^b	
Residual	219.224	66	3.322			
Total	613.371	69				

a. Dependent Variable: Niat Beli Online

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Norma Subjektif, Sikap

Pada Tabel 7 menunjukkan bahwa Tabel 7 menunjukkan bahwa pada tingkat signifikansi 0,000 0,05 diperoleh F_{hitung} sebesar 39,554 $> F_{tabel}$ 2,74. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan penelitian (H1) masuk akal karena variabel sikap (X1), variabel norma subyektif (X2), dan variabel persepsi kontrol perilaku (X3) semuanya berpengaruh terhadap variabel niat beli *online* secara simultan (Y).

Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.772	1.263			5.361	.000		
X1	.848	.198		.613	4.272	.000	.263	3.806
X2	.092	.133		.095	.692	.491	.289	3.457

X3	.229	.189	.137	1.216	.228	.428	2.337
----	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Y

1) Sikap (X1)

Nilai signifikansi untuk variabel Sikap (X1) sebesar 0,000 nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sikap berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli *Online* menggunakan Shopee *Paylater*.

2) Norma Subjektif (X2)

Nilai signifikansi untuk variabel Norma Subjektif (X2) sebesar 0,491 nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Norma Subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli *Online* menggunakan Shopee *Paylater*.

3) Persepsi Kontrol Perilaku (X3)

Nilai signifikansi untuk variabel Persepsi Kontrol Perilaku (X3) sebesar 0,228 nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kontrol Perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli *Online* menggunakan Shopee *Paylater*.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802 ^a	.643	.626	1.82252

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai *Adjusted R Square* hasil uji determinasi sebesar 0,626 atau 62,6%. Hasilnya, dapat diketahui bahwa faktor sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan memberikan pengaruh sebesar 62,6% terhadap niat beli *online*. Beberapa faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini berdampak pada sisanya sebesar 37,4%.

Implikasi Hasil Penelitian

Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Niat Beli *Online* Menggunakan Shopee *Paylater* secara Simultan

Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat beli online menggunakan Shopee *Paylater* pada mahasiswa di Kota Malang. Konsumen yang menggunakan Shopee *Paylater* akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli produk, dan keputusan pembelian tergantung pada pengalaman masa lalu serta hambatan yang diantisipasi. Konsumen juga mempertimbangkan fitur-fitur lain di Shopee dan apabila memiliki sikap yang positif terhadap Shopee *Paylater* maka konsumen akan memilihnya sebagai pilihan pembayaran. Norma subjektif mempengaruhi keputusan konsumen karena mereka cenderung mengikuti opini publik dan tekanan sosial dari orang yang berpengaruh. Persepsi kontrol perilaku pada konsumen menunjukkan bahwa Shopee *Paylater* memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keputusan pembelian berada di tangan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat beli online di Shopee.

Sikap berpengaruh terhadap Niat Beli *Online* Menggunakan Shopee *Paylater* secara Parsial

Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berpengaruh terhadap niat beli online menggunakan Shopee *Paylater*. Konsumen yang memiliki sikap positif terhadap Shopee *Paylater* cenderung memiliki niat beli yang lebih tinggi. Hal ini terlihat dari kecenderungan konsumen untuk membandingkan fitur-fitur pembayaran yang ada di Shopee dan memilih

Shopee Paylater sebagai pilihannya karena memiliki sikap yang positif terhadap metode pembayaran tersebut dan yakin akan keuntungan yang diperoleh darinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa sikap berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli online.

Norma Subjektif berpengaruh terhadap Niat Beli *Online* Menggunakan Shopee Paylater secara Parsial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli online menggunakan Shopee Paylater. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh tekanan sosial yang bisa dipengaruhi oleh lingkungan internal maupun eksternal seseorang. Selain itu, responden mungkin belum sepenuhnya mengenal fitur Shopee Paylater dan menganggap bahwa metode pembayaran ini tidak menjadi tren saat ini, mengingat Shopee memiliki metode pembayaran lainnya. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Witriyana et al (2019) yang menunjukkan bahwa norma subjektif tidak signifikan dalam mempengaruhi minat beli produk secara online di Shopee.

Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Niat Beli *Online* Menggunakan Shopee Paylater secara Parsial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli online menggunakan Shopee Paylater. Hal ini mungkin disebabkan oleh ketidakpastian responden dalam menggunakan Shopee Paylater karena mereka belum memiliki pengalaman dan belum yakin akan keputusannya. Beberapa orang juga mungkin merasa terbebani dengan tanggungan cicilan bulanan sehingga mereka memilih untuk membeli dengan uang tunai daripada menggunakan metode cicilan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan kartu kredit.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli *Online* Menggunakan Shopee *Paylater*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku akan semakin meningkatkan niat beli *online* konsumen.
- b. Berdasarkan hasil yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee Paylater. Hal ini menunjukkan bahwa sikap yang positif dapat meningkatkan niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*.
- c. Norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan sosial tidak mempengaruhi niat seseorang untuk membeli menggunakan Shopee *Paylater*.
- d. Persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku tidak mempengaruhi niat seseorang untuk membeli menggunakan Shopee *Paylater*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

a. Bagi pengelola Shopee *Paylater*

Bagi perusahaan diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan layanan yang diberikan kepada para pengguna. Untuk menentukan niat beli para pengguna dalam menggunakan suatu produk atau layanan akan mempertimbangkan terlebih dahulu kemungkinan risiko-risiko yang mungkin akan dialami. Oleh karena itu, diharapkan pihak perusahaan lebih fokus mengiklankan fitur Shopee *Paylater* agar banyak pengguna Shopee mengetahui fitur ini dan dapat menyarankan fitur Shopee *Paylater* kepada orang disekitarnya.

b. Bagi penelitian selanjutnya

- 1) Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini
- 2) Dapat menambah item pertanyaan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi
- 3) Dapat dilakukan penambahan sampel agar penelitian memperoleh hasil yang memuaskan.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya:

- a. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.
- b. Jumlah responden dalam penelitian ini hanya sebesar 70 orang.
- c. Berdasarkan nilai Adjusted R Square, variabel independen memiliki pengaruh sebesar 64,3% terhadap variabel dependen, sedangkan sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sehingga selain faktor sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku masih banyak faktor lain yang mempengaruhi niat beli *online* menggunakan Shopee *Paylater*.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Journal of Organization Behavior and Human Decision Processes*, Vol 50, No 2, pp.179-211.
- Ajzen, I. (2015). *Consumer Attitudes and Behaviour: "The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions"*. *Rivista di Economia Agraria*, Anno LXX, n. 2, 2015: 121-138. DOI: 10.13128/REA-18003. ISSN (print): 0035-6190. ISSN (online): 2281-1559.
- Delafrouz, N., Paim, LH, & Khatibi, A. (2011). *Pemodelan Penelitian untuk Memahami Belanja Online Maksud*. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dasar & Terapan Australia*, 5(5), 70-77.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Maulida, D. M. (2021). *Pandangan Ekonomi Islam terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (PayLater)*. *Transformatif*, 5(2), 131–144.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). *Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425.
- Purwantini, F., & Tripalupi, L. E. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 48. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29201>
- Rahmatika Sari. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). *Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425.

-
- Purwantini, F., & Tripalupi, L. E. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Beli. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(1), 48. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i1.29201>
- Rahmatika Sari. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia Rahmatika Sari. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44.

Anisia Damayanti *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Rois Arifin **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Rahmawati ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma