



**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE *PAYLATER* TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULS PADA PRODUK *FASHION***

SKRIPSI



Oleh :

Avrita Dwi Jayanti

NIM : 3118012

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL 'ULUM
JOMBANG**

2022



**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE *PAYLATER* TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULS PADA PRODUK *FASHION***

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1) dan mencapai gelar

Sarjana Administrasi Bisnis



Oleh :

Avrita Dwi Jayanti

NIM : 3118012

**PROGRAM STUDI S-1 ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS DAN BAHASA
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ‘ULUM
JOMBANG**

2022



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya serta atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Dengan terselesaikannya skripsi ini, saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak H. Sumiyat dan Ibu Hariani yang senantiasa memotivasi dan memberikan semangat, serta tidak henti-hentinya mendoakan kelancaran hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
2. Kakak saya Dini dan Feri, serta putrinya Mikayla yang selalu memberikan semangat dan support.
3. Teman-teman seperjuangan Prodi Administrasi Bisnis yang selalu kompak selama menimba ilmu.
4. Sahabat terbaik Demak Squad; Azura, Asmaul, Naila, Ziyan, Maedani, Nanda, yang saling memberikan masukan dan dukungan serta semangat.
5. Teman spesial saya yang selalu memberikan saran terbaik dan selalu mensupport.



HALAMAN MOTTO

Seperti halnya dua sisi mata uang, kecanggihan teknologi digital dan fintech tidak selamanya memberikan manfaat saja. Ketika tangan-tangan jahat mengendalikannya maka kehancuran bisa terjadi.¹

¹ Avianti, I., & Triyono. (2021). *Ekosistem Fintech Di Indonesia*. Jakarta: PT. Kaptain Komunikasi Indonesia



HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN IMPULS PADA PRODUK FASHION**

Oleh :

Avrita Dwi Jayanti

NIM : 3118012

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing:

Dosen Pembimbing I,

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M

Tanggal:

Dosen Pembimbing II,

Ali Nawawi, S.E

Tanggal:

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Abid Daul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si



HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULS PADA PRODUK FASHION

SKRIPSI

Oleh :

Avrita Dwi Jayanti

NIM : 3118012

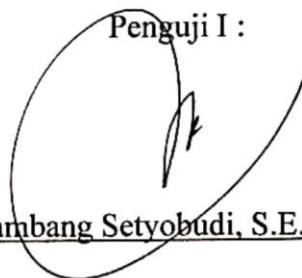
Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal 25 bulan Juni tahun 2022 Dan dinyatakan lulus.

Majelis Penguji :

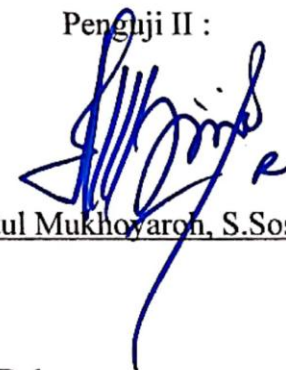
Ketua,


Ali Nawawi, S.E

Penguji I :

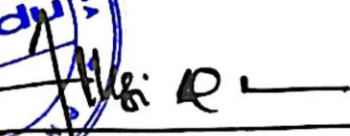

Bambang Setyobudi, S.E., M.M

Penguji II :


Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos., M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa



Moh. Imsin, S.E., M.P



PERNYATAAN

Nama : Avrita Dwi Jayanti

NIM : 3118012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee *PayLater* Terhadap Perilaku Pembelian Impuls Pada Produk *Fashion*** adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya di dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 14 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Avrita Dwi Jayanti



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater Terhadap Perilaku Pembelian Impuls Pada Produk *Fashion*”**. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis sampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. H. M. Zaimuddin Wijaya As’ad, MS., selaku Ketua Yayasan Pondok Pesantren Darul ‘Ulum Jombang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Zahro, MA., selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.
3. Bapak Mohammad Imsin, SE., M.P., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Bahasa Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.
4. Ibu Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul ‘Ulum Jombang.
5. Ibu Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., M.S.M., selaku dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
6. Bapak Ali Nawawi, S.E., selaku dosen pembimbing dua yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Prodi Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu dan memberikan motivasi kepada penulis.



8. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dengan sukarela mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis menerima kritik dan saran sebagai masukan yang bersifat membangun demi menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jombang, 14 Juni 2022

Penulis



ABSTRAK

Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee *PayLater* Terhadap Perilaku Pembelian Impuls Pada Produk *Fashion*; Avrita Dwi Jayanti; 3118012; 2022; 70 halaman; Program Studi Administrasi Bisnis; Fakultas Bisnis dan Bahasa; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Shopee *PayLater* merupakan metode pembayaran kredit secara online. Penggunaan Fitur Shopee *PayLater* menjadikan seseorang tidak dapat menahan keinginannya dalam melakukan pembelian, sehingga penggunaan Fitur Shopee *PayLater* diperkirakan dapat mempengaruhi perilaku pembelian impuls. Pembelian impuls juga dapat dipengaruhi oleh produk seperti produk *fashion*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh dari penggunaan Fitur Shopee *PayLater* sebagai metode pembayaran kredit terhadap perilaku konsumen Shopee dalam melakukan pembelian impuls pada produk *fashion*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan hasil penelitian diperoleh nilai t hitung sebesar 9,186 dan hasil uji parsial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya hipotesis diterima menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan Fitur Shopee *PayLater* terhadap perilaku pembelian impuls pada produk *fashion* secara positif dan signifikan. Pada nilai koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,463 atau 46,3% yang menunjukkan bahwa variabel (X_1) Fitur Shopee *PayLater* mempunyai pengaruh terhadap variabel (Y) Pembelian Impuls sebesar 46,3% sedangkan sisanya 53,7% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Fitur Shopee *PayLater*, Perilaku Pembelian Impuls, Produk *Fashion*



ABSTRACT

Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater Terhadap Perilaku Pembelian Impuls Pada Produk Fashion; Avrita Dwi Jayanti; 3118012; 2022; 70 pages; Business Administration Science Departement; Business Administration Science Program; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Shopee Paylater is a type of online credit payment. The use of the Shopee PayLater Feature makes a person unable to resist the urge to make a purchase, so the Shopee PayLater Feature usage of estimated to influence impulse buying behavior. Impulse buying can also be influenced by products such as fashion products.

This study aims to determine and measure how much influence the use of the Shopee PayLater feature as a credit payment method has on Shopee consumer behavior in making impulse purchases on fashion products.

The type of research used is quantitative research, with the number of samples taken as many as 100 respondents. The analysis technique used is simple linear regression analysis with the results obtained by the t-count value of 9,186 and the partial test results have a significance value of 0.000 which means that the hypothesis is accepted indicating that there is a positive and significant effect of using the Shopee PayLater feature on impulse buying behavior in fashion products. In the value of the coefficient of determination obtained a value of 0,463 or 46,3% which indicates that the variable (X1) Shopee PayLater feature has an influence on the variable (Y) Impulse Purchase Behavior of 46,3% while the remaining 53,7% is the influence of other variables that are not investigated in this study.

Keywords: Shopee PayLater Feature, Impulse Buying Behavior, Fashion Product



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	18
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hubungan Antar Variabel	33
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	34
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.4 Populas, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.5 Variabel, Indikator Penelitian, dan Definisi Operasional	37



3.6 Kerangka Konseptual dan Hipotesis	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
3.8 Skala Pengukuran Data.....	41
3.9 Teknik Analisis Data	41
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Objek Penelitian.....	46
4.2 Data Fokus Penelitian	49
4.3 Analisis Data	53
4.4 Interpretasi Data	63
4.5 Keterbatasan Peneliti	63
BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara Pengguna E-Commerce Tertinggi Di Dunia 2021.....	2
Gambar 1.2 Pengunjung E-Commerce Di Asia Tenggara 2021	5
Gambar 1.3 PayLater Paling Sering Digunakan Di Indonesia 2021.....	6
Gambar 1.4 Presentase Jumlah Transaksi Produk Di E-Commerce	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4.1 Keuntungan Penggunaan Shopee PayLater.....	47
Gambar 4.2 Tampilan Shopee PayLater	47
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Pada Grafik Histogram	57
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Pada Grafik P-Plot	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Indikator Penelitian	38
Tabel 3.2 Pengukuran Data	41
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Domisili	52
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pengguna Shopee PayLater	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X1	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Pada Test For Linearity	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas Pada Glejser Test.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	62



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Data
3. Hasil Uji SPSS
4. Dokumentasi