

Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Kepercayaan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna Fitur Shopee Paylater E-Commerce Shopee

Kholifatul Khasanah¹⁾, Muhammad Aswad²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung^{1,2)}
Ifakholifa10@gmail.com¹⁾, maswad75000@gmail.com²⁾

Abstract

The shift in people's attitude towards a completely digital system has prompted a rise in online shopping on different e-commerce platforms. Therefore, innovations have arisen from businesses in the electronic commerce industry, including the introduction of credit payment options. Shopee needs to create consumer satisfaction by implementing effective strategies, such as maximizing the use of their credit payment method called "Shopee Paylater," in order to stay competitive with other businesses. When customers are fully satisfied, they are more likely to continue using credit payment services on e-commerce platforms and also share positive recommendations with others. Satisfaction can also lead to a decrease in negative complaints regarding an e-commerce company. This research aims at examining the effect of the ease of transactions and the users trust on user satisfaction of the Shopee Paylater feature on Shopee E-Commerce. The research had a sample size of 75 participants. The method of purposive sampling was used to make a determination. The chosen analytic tool is IBM SPSS 22, which employs the techniques of multiple linear regression analysis. This study discovered that the ease of transaction had a positive and significant effect on user satisfaction. Similarly, user trust had a positive and significant effect on user satisfaction. Additionally, both ease of transactions and user trust had a combined influence on user satisfaction.

Keywords: *Ease of Transaction, User Trust, User Satisfaction.*

Abstrak

Perubahan perilaku masyarakat ke sistem yang serba digital saat ini, mendorong peningkatan konsumsi belanja online di berbagai e commerce. Sehingga muncullah inovasi dari perusahaan-perusahaan e commerce, salah satunya yaitu menyediakan metode pembayaran secara kredit. Shopee dengan metode pembayaran kreditnya yang bernama "Shopee Paylater" dituntut untuk mampu membangun kepuasan konsumen melalui pemaksimalan strategi supaya mampu bersaing dengan para kompetitor. Terpenuhinya kepuasan akan membuat konsumen cenderung mengulangi pemakaian layanan pembayaran kredit pada suatu e commerce serta merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan juga dapat mengurangi keluhan kurang baik terhadap suatu perusahaan e commerce. Tujuan peneliti dalam studi guna melihat pengaruhnya antara kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee. Sampel penelitian berjumlah 75. Ditetapkannya dengan teknik purposive sampling. Alat analisis yang ditetapkan untuk dipakai yaitu IBM SPSS 22 dan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Temuan studi ini adalah kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna; kepercayaan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna; serta kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Kata Kunci: *Kemudahan Transaksi, Kepercayaan Pengguna, Kepuasan Pengguna.*

PENDAHULUAN

Teknologi berkembang semakin pesat dalam kehidupan masyarakat. Teknologi membantu kehidupan manusia menjadi semakin mudah dan efisien. Sehingga, muncullah peluang untuk mengembangkan bisnis secara online dengan melakukan pemasaran melalui e commerce (Haqiqi et al, 2020). Di Indonesia sendiri terdapat beberapa e commerce dengan ciri khasnya masing-masing.

Semakin ketatnya persaingan bisnis online menuntut perusahaan e commerce saat ini saling bersaing dengan strateginya masing-masing. Perusahaan e commerce dituntut untuk mampu membangun kepuasan konsumen melalui pemaksimalan strategi supaya mampu bersaing dengan para kompetitor. Dengan pelanggan merasa puas akan mengurangi keluhan kurang baik terhadap suatu perusahaan e commerce. Selain itu, jika konsumen dalam menggunakan suatu produk atau layanan merasa puas, biasanya akan mengulangnya dan berbagi informasi tentang pengalaman kepuasan yang telah diterima tersebut (Dewi et al, 2022).

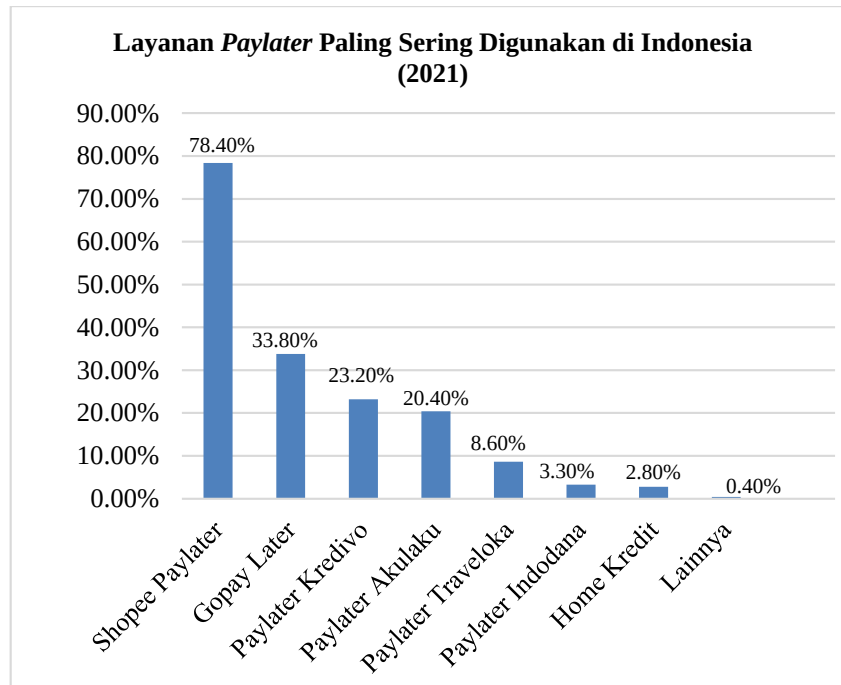
Kepuasan merupakan bagian dari kesuksesan pemasaran. Dalam dunia bisnis, kepuasan pelanggan sangat penting dan harus diperhatikan. Logika kesuksesan bisnis adalah jika pelanggan puas, bisnis tersebut di masa depan akan dapat berkembang lebih maksimal (Widayat & Artika, 2019). Kepuasan merupakan sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman. Jika pengalaman yang didapatkan sesuai harapan sebelumnya maka konsumen akan puas. Di lain sisi, saat pengalaman yang didapatkan lebih rendah dari harapan maka kepuasan konsumen tidak terpenuhi.

Mengacu dari teori Sangadji & Sopiah (2013), kepuasan juga diterjemahkan sebagai terjadinya kesesuaian antara produk atau layanan yang diperoleh dengan harapan sebelumnya mengenai produk atau layanan tersebut. Syarat dari pelanggan yang puas yaitu produk atau layanan jasa yang diperoleh memenuhi harapannya. Dampak positif dari hal tersebut adalah akan mengurangi komentar buruk terhadap perusahaan.

Shopee adalah satu dari beberapa *e commerce* yang ada di Indonesia. Tentunya Shopee juga sedang bersaing dengan *e commerce-e commerce* lain untuk memenuhi kepuasan konsumennya. Berdasarkan laporan dari I Price pada periode kuartal IV tahun 2021, Shopee menempati posisi kedua di Indonesia berdasarkan banyaknya pengunjung e commerce dengan rata-rata jumlah pengunjung bulanan sebanyak 138,78 juta (Karnadi, 2022). Salah satu metode pembayaran pada *E Commerce* Shopee yang banyak digunakan adalah Shopee Paylater. E-commerce Shopee merekam sebanyak 34,8% pelanggan melakukan pembayaran menggunakan metode Paylater pada 2019. Kemudian naik menjadi 54,3% pada 2020 (Eviana & Saputra, 2022).

Fitur *paylater* atau bayar nanti makin diminati konsumen apalagi semenjak pandemi Covid-19. Dengan menggunakan *paylater*, masyarakat menjadi terbantu dalam memenuhi kebutuhan dengan cara kredit. *Paylater* sendiri memfasilitasi penggunaanya untuk membayar tagihan di *paylater* tersebut dengan cara kredit satu kali bayar maupun mencicil. Di Indonesia terdapat beberapa layanan *paylater* yang ditawarkan. Tentunya, untuk menggaet dan mempertahankan konsumen, layanan *paylater* diharapkan mampu memenuhi kepuasan konsumennya.

Hasil survei oleh DailySocial terhadap 1.500 responden menyatakan bahwa Shopee Paylater merupakan sistem paylater paling banyak digunakan konsumen pada tahun 2021 dengan persentase 78,4%, kemudian disusul oleh Gopay Later dengan presentase 33,80% (Annur, 2022).



Gambar 1. Jumlah Pengguna Layanan Paylater di Indonesia Periode Tahun 2021
Sumber: I Price (2022)

Salah satu metode pembayaran pada aplikasi Shopee yang sedang naik daun yaitu Shopee Paylater memfasilitasi konsumen untuk melakukan transaksi secara kredit dengan mencicil maupun membayar di kemudian hari. Konsumen dapat mencicil pembayaran sebanyak satu kali, tiga kali, enam kali, maupun duabelas kali cicilan (Utami, 2021).

Shopee Paylater menetapkan bunga per bulan sebesar 0% hingga 2.95%. Dimana cicilan dengan tempo 1 bulan akan dikenakan bunga 0% sedangkan bunga sebesar 2.95% per bulan diberlakukan untuk pelanggan yang memilih mencicil pembayaran dalam tempo 2-3 bulan (Utami, 2021). Selain itu, penggunaan Shopee Paylater ada biaya tambahan 1% dalam setiap transaksi. Shopee Paylater juga menetapkan denda jika pengguna terlambat membayar cicilan yaitu sebesar 5% jumlah tagihan (Utami, 2021).

Konsumen sebagai pengguna fitur Shopee paylater pada E Commerce Shopee tentunya selalu berharap mendapatkan kepuasan seperti yang diharapkan. Sehingga, kepuasan pengguna penting untuk diperhatikan perusahaan dalam menarik minat konsumen.

Kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna juga penting pada suatu layanan jasa, terutama fitur Shopee Paylater yang merupakan suatu metode pembayaran kredit pada sebuah aplikasi. Disimpulkan dari teori oleh Putri & Suyanto (2019), kemudahan merupakan seberapa mudah untuk digunakan dan dipahami dalam pemanfaatan teknologi komputer. Terdapat penelitian lebih dulu dimana menjelaskan mengenai kemudahan yaitu menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Lestari & Indriana, 2021).

Terdapat juga studi terdahulu dimana menyajikan hasil adanya pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan (Purnama & Hidayah, 2019). Kepercayaan diartikan sebagai emosi secara sadar untuk mempercayai suatu produk maupun layanan jasa karena yakin bahwa pihak dari produk maupun layanan jasa tersebut akan memberikan yang terbaik sesuai harapan (Canestren & Saputri, 2021).

Sehingga, pada penelitian ini kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna diduga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee. Perbedaan penelitian ini terhadap penelitian terdahulu oleh Lestari & Indriana (2021) yaitu subjek yang digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah pengguna aplikasi DANA. Teori yang dibahas dalam penelitian tersebut yaitu teori kepuasan yang dipengaruhi oleh kemudahan dan keamanan. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu oleh Purnama & Hidayah (2019) yaitu subjek yang dipilih pada penelitian terdahulu yaitu pelanggan Boersa Kampus Swalayan. Teori yang dibahas dalam penelitian tersebut yaitu teori kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tujuan peneliti dalam studi ini yaitu guna memahami pengaruh kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee baik secara simultan maupun parsial. Keinginan peneliti adalah agar dapat dijadikan motivasi serta inovasi dalam melakukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat memberikan keuntungan lebih atau maksimal bagi perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kemudahan Transaksi

Kemudahan diterjemahkan sebagai perasaan individu yang percaya untuk menggunakan suatu sistem karena yakin bahwa sistem tersebut tidak membutuhkan upaya berlebih sehingga akan mudah untuk digunakan (Ningsih et al., 2021). Dari segi teknologi, kemudahan didefinisikan sebagai seberapa mudah untuk digunakan dan dipahami dalam pemanfaatan teknologi komputer (Putri & Suyanto, 2019).

Sudah seharusnya suatu transaksi bisa dilakukan melalui proses yang semudah mungkin sehingga tidak menjadi beban bagi pengguna dalam melakukan transaksi tersebut. Jadi, kemudahan transaksi adalah pemanfaatan teknologi informasi yang mudah untuk dilakukan dan dipahami dalam melakukan suatu kegiatan transaksi. Dimana kemudahan transaksi yang semakin besar akan mendorong minat masyarakat untuk menggunakan jenis transaksi tersebut.

Penelitian menurut Lestari & Indriana (2021), menyatakan dimana kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konsumen terbantu dalam melakukan kegiatan transaksi karena tidak memerlukan usaha berlebih serta mengurangi risiko kesulitan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan pemaparan disertai penelitian terdahulu yang mendukung, maka ditentukan hipotesis pertama.

H1: Kemudahan transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E commerce Shopee.

Kepercayaan Pengguna

Kepercayaan adalah kesediaan individu untuk mengandalkan orang lain dengan adanya keyakinan terhadap orang tersebut (Rahayu & Djawoto, 2017). Kepercayaan juga diartikan sebagai emosi secara sadar untuk mempercayai suatu produk maupun layanan jasa karena yakin bahwa pihak dari produk maupun layanan jasa tersebut akan memberikan yang terbaik sesuai harapan (Canestren & Saputri, 2021). Jadi, kepercayaan pengguna adalah sebuah harapan pelanggan sebagai pengguna suatu layanan bahwa perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi pelayanan yang diharapkan.

Terdapat suatu teori oleh Kesuma dan Amri, (2015) dimana menerangkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga membuatnya penting menjadi faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan. Berkaitan pemaparan disertai teori terdahulu yang mendukung, maka ditentukan hipotesis kedua.

H2: Kepercayaan pengguna berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E commerce Shopee.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan merupakan emosi senang atau tidak senang atas pertimbangan antara hasil yang diterima oleh konsumen dengan harapan sebelumnya (Cesariana et al., 2022). Menurut Sangadji dan Sopiah, kepuasan adalah terjadinya kesesuaian antara harapan sebelumnya dengan hasil yang diterima yang dalam hal ini adalah produk maupun layanan jasa (Sangadji & Sopiah, 2013). Jadi, kepuasan pengguna adalah suatu konsep yang terbentuk atas dasar penilaian pelanggan sebagai pengguna suatu layanan dimana terdapat kesesuaian antara harapan sebelumnya dengan hasil yang diterima.

Pelanggan yang puas terjadi karena hasil yang diterima yaitu (produk atau jasa yang digunakan) sesuai harapannya. Manfaatnya yaitu, dapat membantu mengurangi keluhan dan komentar buruk terhadap perusahaan sebab kepuasan pelanggan tercipta. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu “*product quality, service quality, emotional factor, price, serta cost*” (Cesariana et al., 2022). Teori dari hasil studi Sulistyowati (2016) menemukan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh pelayanan, harga, dan keamanan.

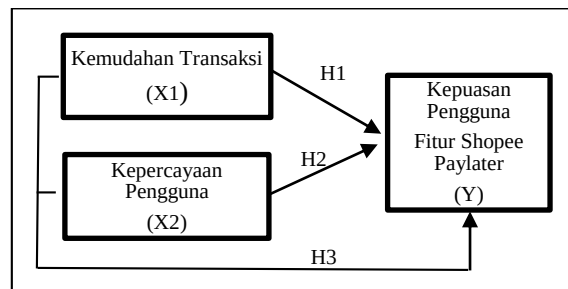
Kemudahan adalah faktor penting yang bisa menciptakan kepuasan konsumen. Sebuah penelitian oleh Sri Lestari (2021) menyatakan kepuasan konsumen dipengaruhi signifikan oleh kemudahan. Terdapat penelitian lain dimana memaparkan jika kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kepercayaan secara positif. (Purnama & Hidayah, 2019). Maka dalam penelitian ini, kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna diduga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Jadi, peneliti menduga hipotesis ketiga.

H3: Kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E commerce Shopee.

Pengembangan Hipotesis

Dengan adanya kemudahan transaksi dan terjaganya kepercayaan pengguna akan meningkatkan kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E commerce Shopee. Riset mengenai pengaruh kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna fitur Shopee Paylater

pada *E commerce* Shopee silakukan terhadap pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Tulungagung. Model hipotesis dapat dijabarkan pada kerangka konseptual berikut:



Gambar 2. Kerangka Konseptual
Sumber: Peneliti (2022)

METODE

Pendekatan kuantitatif dipilih dalam studi ini, dengan jenis asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian asosiatif dilakukan guna memahami hubungan dua variabel atau lebih (Galasius et al, 2019). Kemudahan transaksi serta kepercayaan pengguna dipilih sebagai variabel bebas serta ditentukannya kepuasan pengguna sebagai variabel terikat. Populasinya adalah pengguna Shopee Paylater di Kabupaten Tulungagung selama satu tahun terakhir. Metode nonprobability sampling dipilih dalam studi ini. Pengambilan sampel menggunakan gabungan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* dipilih dengan alasan perlunya kriteria tertentu pada calon sampel demi memenuhi tujuan penelitian (Sugiyono, 2018). Kriteria yang ditetapkan yaitu responden merupakan konsumen E Commerce Shopee di Tulungagung yang pernah menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater dalam satu tahun terakhir. Jumlah responden adalah 75.

Pengumpulan data ditempuh melalui kuesioner (daftar pernyataan). Kuesioner dibagikan kepada responden menggunakan media google form. Peneliti menggunakan alat analisis IBM SPSS 22 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis ini dilakukan guna meramal kondisi atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen ketika terdapat lebih dari dua variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna sedangkan variabel dependennya yaitu kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater.

Dalam penelitian ini pengukuran variabel dilakukan dengan memberikan daftar kuesioner kepada responden yang berupa 11 item pernyataan. Kuesioner berisi 4 item pernyataan mengenai seberapa tingkat kemudahan transaksi pada fitur Shopee Paylater yang dirasakan pengguna, 4 item pernyataan mengenai seberapa jauh kepercayaan pengguna terhadap fitur Shopee Paylater, dan 3 item pernyataan mengenai seberapa besar kepuasan yang didapatkan oleh pengguna fitur Shopee Paylater. Jawaban dari kuesioner menggunakan skala interval dengan poin 1-5. Poin 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 kurang setuju, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Semakin tinggi skor menunjukkan semakin tingginya keyakinan pengguna mengenai kemudahan transaksi, kepercayaan, dan kepuasan pengguna pada fitur Shopee Paylater.

Beberapa analisis yang dilakukan dalam studi yaitu uji validitas untuk mengukur validitas perangkat serta uji reliabilitas untuk mengukur apakah perangkat cukup dapat diandalkan. Uji Asumsi Klasik melalui tiga uji yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji Regresi Linier Berganda guna melihat bagaimana variabel X mempengaruhi variabel Y. Uji hipotesis melewati uji-t dan Uji F yang masing-masing bertujuan guna mengungkapkan pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dan mengungkapkan semua variabel bebas secara bersama dalam pengaruhnya variabel terikat. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) bermaksud guna menyaksikan sejauh apa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

Ditetapkannya persamaan regresi linier berganda untuk studi ini. Uji Regresi Linier berganda seringkali berguna melihat variabel X mempengaruhi variabel Y, apakah variabel X berpengaruh positif atau negatif kepada variabel Y (Roza, 2020). Persamaan umum untuk regresi linier berganda adalah $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$.

HASIL

Uji Validitas

Uji validitas menelaah validitas perangkat. Basis keputusan adalah perangkat divalidasi jika " r hitung $>$ r tabel".

Tabel 1. Uji Validitas

	r hitung	r tabel	Keputusan
X1.1	,843	,2242	Valid
X1.2	,835	,2242	Valid
X1.3	,758	,2242	Valid
X1.4	,751	,2242	Valid
X2.1	,523	,2242	Valid
X2.2	,608	,2242	Valid
X2.3	,581	,2242	Valid
X2.4	,492	,2242	Valid
Y.1	,775	,2242	Valid
Y.2	,841	,2242	Valid
Y.3	,842	,2242	Valid

Sumber: Pengolahan data dari IBM SPSS 22 (2022)

Melihat tabel diatas, diputuskan item valid semua sebab r hitung $>$ r tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menelaah apakah perangkat dapat dipercaya cukup sebagai pengumpul data. Variabel dianggap andal jikalau " $\text{Nilai Alpha Cronbach} > 0,6$ ".

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,691	11

Sumber: Pengolahan Data dari IBM SPSS 22 (2022)

Tabel 2 menunjukkan nilai Alpha Cronbach yaitu $0,691 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa data dapat diandalkan atau reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas guna menelaah nilai residual tentang sudahkah berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Pengujian dengan uji Kolmogorov-Smirnov dimana syaratnya dinyatakan berdistribusi normal saat “Sig.hitung $> 0,05$ ”. Uji multikolinieritas berguna mengetahui apakah terjadi korelasi antar variabel bebas dalam model regresi (Ghozali, 2013). Data dinyatakan bebas multikolinearitas dengan syarat “nilai tolerance $> 0,05$ ”. Dapat juga dilihat dari nilai VIF dengan syarat “VIF < 10 ” menggambarkan multikolinieritas tidak ada, dan sebaliknya. Uji heteroskedastisitas yang bermaksud guna menelaah benar atau tidaknya terjadi ketidakselarasan varian residual pada model regresi. Spermean Rho dipilih untuk digunakan. Syaratnya adalah benar tidak ada masalah heteroskedastisitas saat “Nilai Signifikansi $\geq 0,05$ ” (Jamaluddin, 2018).

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Metode	Sig.		Kesimpulan
Uji Normalitas	Kolmogo-rov smirnov	0,073		Residual berdistribusi normal
Uji Multikolonearitas	Tolerance & VIF	Tolerance	VIF	Tidak terjadi multik olinea ritas
		0,976	1,025	
		0,976	1,025	
Uji Heteroskedastisitas	Spermean Rho	0,589		Tidak terjadi heteroskedastisitas
		0,929		

Sumber: Pengolahan Data dari IBM SPSS 22 (2022)

Berdasarkan tabel 3, model regresi dinyatakan telah lolos dalam pengujian asumsi klasik. Data penelitian memiliki residu yang berdistribusi normal dan bebas dari permasalahan heteroskedastisitas maupun multikolinearitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda guna menelaah variabel X dalam mempengaruhi variabel Y, seberapa besar prediksi pengaruh tersebut (Ghozali, 2013).

Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda

Model	B
(Constant)	5,204
X1	,188
X2	,221

Sumber: Pengolahan Data dari IBM SPSS 22 (2022)

Hasil uji diatas dimasukkan ke dalam persamaan “ $Y = a + b1.X1 + b2.X2 + e$ ” sebagai berikut:

$$Y = 5,204 + 0,188.X1 + 0,221.X2 + e$$

Interpretasinya adalah Alpha (α) sama dengan 5,204 yang artinya saat variabel bebas (X1 dan X2) bernilai 0, variabel terikat (Y) nilainya adalah 5,204.

Kemudian b_1 yaitu 0,188 yang artinya jika variabel terikat (Y) akan bertambah sebesar 0,188 (18,8%) jika variabel bebas X1 naik 1%, dengan asumsi tidak ada kenaikan pada X2. Nilai 0,188 juga memperlihatkan jika variabel X1 berpengaruh positif terhadap variabel Y sebesar 0,188.

Nilai b_2 sama dengan 0,221, artinya jika variabel terikat (Y) akan bertambah sebesar 0,221 (22,1%) jika variabel X2 bertambah 1%, dengan asumsi X1 tidak naik. Nilai 0,221 juga memperlihatkan dimana variabel X1 berpengaruh positif terhadap variabel Y sebesar 0,221.

Uji Parsial (t)

Uji parsial (t) intinya dimaksudkan guna memahami sebesar apa setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2013). Variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan syarat " $t_{hitung} > t_{tabel}$ ", begitupula sebaliknya. Telaah dapat juga dilihat dari nilai sig dengan syarat diterima " $Nilai\ sig < 0,05$ ".

Tabel 5. Uji t

Model	B	SE	Beta	t	Sig.
(Constant)	5,204	1,683		3,091	,003
X1	,188	,071	,287	2,657	,010
X2	,221	,087	,275	2,545	,013

Sumber: Pengolahan Data dari IBM SPSS 22 (2022)

Tabel 5 menyajikan hasil uji t terhadap setiap variabel untuk interpretasi hipotesis pertama dan kedua. Hipotesis pertama diterima dengan hasil telaah yang memperlihatkan nilai t_{hitung} 2,657 > dari t_{tabel} 1,66543. Di lain sisi, nilai sig 0,010 < 0,05. Oleh dari itu, Kemudahan Pengguna (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee.

Hipotesis kedua diterima dengan hasil uji yang memperlihatkan nilai t_{hitung} 2,545 > t_{tabel} 1,66543 sedangkan nilai sig 0,013 < 0,05. Maka dari itu, kepercayaan Pengguna (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y) fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee.

Uji Simultan (F)

Uji simultan (F) intinya menguji benar atau tidaknya variabel independen mempengaruhi variabel dependen yang dalam hal ini mempengaruhinya secara bersama-sama atau yang biasa disebut simultan (Ghozali, 2013). Untuk menyatakan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan dengan syarat " $F_{hitung} > F_{tabel}$ ", begitupun sebaliknya. Telaah dapat juga dilihat dari nilai sig dengan syarat diterima " $Nilai\ sig < 0,05$ ".

Tabel 6. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22,572	2	11,286	8,018	,001 ^b
Residual	101,348	72	1,408		
Total	123,920	74			

Sumber: Pengolahan Data dari IBM SPSS 22, (2022)

Uji F menghasilkan F hitung 8,018 > F tabel 3,126. Kemudian nilai sig menunjukkan 0,001 < 0,05. Maka dari itu, Hipotesis ketiga diterima. Kemudahan Transaksi (X1) dan Kepercayaan Pengguna (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna (Y) fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee.

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisiensi Determinasi (R^2) dengan maksud guna menelaah sejauh apa pengaruhnya antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013). Angka 0 sampai 1 merupakan rentang nilai R^2 . Apabila nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam memprediksi variabel terikat juga kecil. Jika nilainya mendekati 1 berarti variabel bebas dapat menjelaskan untuk memprediksi variabel terikat dengan mendekati utuh.

Tabel 7. Uji Koefisiensi Determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,427 ^a	,182	,159	1,18643

Sumber: Pengolahan Data dari IBM SPSS 22 (2022)

Nilai R Square yang dihasilkan dari uji R2 adalah 0,182. Dapat diketahui bahwa Kemudahan Transaksi (X1) dan Kepercayaan Pengguna (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna (Y) fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee sebesar 18,2%. Sedangkan ruang yang tersisa (100% -18,2% = 81,8%) bergantung pada variabel selain yang terdapat dalam studi ini..

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna fitur Shopee Paylater

Hasil uji menunjukkan koefisien regresi kemudahan transaksi sebesar sebesar 0,188. Hasil uji t menunjukkan t hitung sebesar 2,657 > dari t tabel 1,66543 dan nilai sig 0,010 < 0,05 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kemudahan transaksi dan kepuasan pengguna. Sehingga H1: Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna fitur Shopee Paylater pada E commerce Shopee, diterima. Hal ini serasi terhadap studi yang dilakukan oleh Sri Lestari (2021) serta Chusnah dan Indriana (2020) yang mendapatkan temuan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu, penelitian oleh Safrika (2018) dan Ishaya (2020) juga menemukan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Shopee Paylater mudah dioperasikan oleh pengguna karena memiliki fitur yang simpel, menarik, serta mudah untuk dipahami. Proses pemesanan produk dengan metode pembayaran Shopee *Paylater* mudah dan cepat untuk dilakukan. Selain itu, proses pembayaran tagihan Shopee Paylater juga tidak rumit dan dapat dilakukan dengan praktis. Kemudahan-kemudahan tersebut berdampak pada meningkatnya kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater*. Jadi, kemudahan transaksi merupakan faktor kuat yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater* pada *E Commerce* Shopee.

Pengaruh kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater*

Hasil uji menunjukkan koefisien regresi kepercayaan pengguna sebesar sebesar 0,221. Hasil uji t menunjukkan t hitung sebesar 2,545 > dari t tabel 1,66543 dan nilai sig 0,013 < 0,05 yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kepercayaan pengguna dan kepuasan pengguna. Sehingga H2: Pengaruh Kepercayaan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna fitur Shopee *Paylater* pada *E commerce* Shopee, diterima. Hal ini serasi dengan penelitian Purnama & Hidayah (2019), Kesuma et al (2015), diza et al (2016), serta Wulandari & Suwitho (2017) yang menemukan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk membangun kepercayaan konsumen, Sopee *Paylater* berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi harapan konsumen seperti selalu menjaga privasi penggunanya, mengutamakan keterusterangan dalam memberikan informasi, serta menjaga reputasi dengan transaksi yang baik dan benar. Hal-hal tersebut dapat membuat konsumen merasa percaya bahwa Shopee *Paylater* dapat memenuhi harapannya sehingga dapat meningkatkan kepuasan. Jadi, kepercayaan pengguna adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater* pada *E Commerce* Shopee.

Pengaruh kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna fitur Shopee *Paylater*.

Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 8,018 > F tabel 3,126. Dari sisi lain, nilai sig menunjukkan 0,001 < 0,05 (sig < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee Paylater pada E Commerce Shopee. Sehingga H3: pengaruh kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater* pada *E commerce* Shopee, diterima. Penelitian ini serasi dengan penelitian Yusa dan Risqa (2018) yang menyatakan “Terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen”.

Kemudahan transaksi yang ditawarkan Shopee *Paylater* berpengaruh pada meningkatnya kepuasan pengguna. Begitupula dengan kepercayaan pengguna. Konsumen yang merasa percaya dalam menggunakan suatu layanan pembayaran kredit, cenderung merasa puas untuk menggunakan layanan tersebut. Temuan studi ini memperlihatkan bahwa secara bersama-sama kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna berdampak signifikan terhadap kepuasan

pengguna fitur Shopee *Paylater* pada *E Commerce* Shopee. Hal ini serasi terhadap studi oleh Yusa dan Risqa (2018) dimana mengungkapkan “Hubungan antara kenyamanan dan kepercayaan sekaligus berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen”.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Bersumber dari riset yang dilakukan mengenai pengaruh kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater E-Commerce* Shopee, didapatkan kesimpulan bahwa kemudahan transaksi dan kepercayaan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater* pada *E Commerce* Shopee. Kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater* dapat meningkat jika konsumen merasakan kemudahan transaksi. Kepuasan pengguna fitur Shopee *Paylater* juga meningkat jika perusahaan mempertahankan kepercayaan pengguna.

SARAN

Bagi pihak Shopee *Paylater* perlunya memperhatikan hal-hal yang bisa mempengaruhi kepuasan pengguna untuk mempertahankan konsumen. Untuk peneliti masa depan sebaiknya menentukan lebih luas populasi dan sampel yang dipakai supaya keakuratan penelitian lebih maksimal. Selain itu, perlu penambahan beberapa variabel agar hasil penelitian lebih mendalam seperti variabel kualitas fitur, pelayanan *customer service*, tingkat bunga, dan risiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022). *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan Pada 2021*. <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2022/01/12/Shopee-Paylater-Layananpaylater-Paling-Banyak-Digunakan-Pada-2021>
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *eProceedings of Management*, 8(3), 1–15.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jmpis (Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial)*, 3(1), 211–224.
- Chusnah, & Indriana, K. T. (2020). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 111-122.
- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Puspitarini, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109-119.

- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
- Galasius, Aminuyati, & Khosmas. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Transera Hotel Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 8(6), 167-178
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*. Cetakan Ke-7. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haqiqi, N., Lasiyono, U., & Prabowo, A. (2020). Risiko Terhadap Kepuasan Belanja Online Dalam Menggunakan E-Commerce Shopee Di Kelurahan Tanjungsari, Kecamatan Taman Sidoarjo. *Journal Of Sustainability Business Research*, 1(1), 317–328.
- Ishaya, S. R., Wibowo, E. W., & Yoeliastuti. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Transaksi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Moda Raya (KMR) Terpadu Jakarta. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1, 107-123.
- Jamaluddin, & Tommeng, L. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Layanan Di Upt Perpustakaan Universitas Hasanuddin. *Media Pustakawan*, 25(4), 11–23.
- Karnadi, A. (2022). *Ini 8 E Commerce Dengan Pengunjung Terbanyak Per Kuartal Iv/2021*. <https://Dataindonesia.Id/Digital/Detail/Ini-8-Ecommerce-Dengan-Pengunjungterbanyak-Per-Kuartal-Iv2021>
- Kesuma, E., Amri, & Shabri, M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotelbanda Aceh. *Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 4(4), 176–192.
- Lestari, S., & Indriana, K. T. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana). *Al-Misbah*, 2(1), 66–80.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (Qris) Pada Mahasiswa. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Purnama R., Hidayah, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 187–203.
- Putri, M. S., Suyanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Di Indonesia. *E-Proceeding Of Management*, 6(2), 2077–2082.
- Rahayu, P. D. (2017). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Tokopedia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10), 1–20.
- Roza, R. (2020). *Buku Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan*

Metode Regresi Linier Berganda Berbasis Web. Bandung: Kreatif Industri Nusantara.

Safrika, Lubis, R., & Idris, S. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Fashion Online Di Banda Aceh. *Jurnal Sains Riset*, VIII(2), 20-27.

Sangadji, & Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cv Alfabeta.

Sulistyowati, & Mulatsih, R. (2016). Studi Kepuasan Penumpang Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 119–130.

Utami, B. P. (2021). Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum [Jimhum]*, 1(3), 1–13.

Widayat, & Artika, S. Y. (2019). Kualitas Situs Web , Kepercayaan , Kepuasan Dan Loyalitas Pembelanja Muda Di Toko Online. *Akademika*, 17(1), 1–9.