

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN SHOPEE *PAYLATER*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

TRI RIZKY CAHYANINGRUM

Nomor Pokok : K.2020.1.35312

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Keuangan

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

Malangkeçwara

MALANG

2024

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN SHOPEE *PAYLATER*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

TRI RIZKY CAHYANINGRUM

Nomor Pokok : K.2020.1.35312

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Keuangan

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

Malangkeçwara

MALANG

2024

Lembar Pengesahan

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN SHOPEE
PAYLATER TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL
MODERASI

Oleh :

TRI RIZKY CAHYANINGRUM

K.2020.1.35312

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

12 Pebruari 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Dr. UKE PRAJOGO, STP, MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuççwara

Drs. BUNYAMIN, N.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

Lembar Pernyataan Originalitas

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 29 Januari 2024



NPK: K.2020.1.35312

Lembar Keterangan Riset

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. UKE PRAJOGO, STP, MM
NIK : 202.710.295

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari :

Nama : Tri Rizky Cahyaningrum
NPK : K.2020.1.35312
Program Studi : *Manajemen*
Alamat : Mangliawan Kec. Pakis Kab.
No.Hp :
Email :


Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkucecwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari : Kuesioner yang disebarakan kepada responden (Mahasiswa STIE Malangkucecwara yang tergabung di ABM *Preneur*)

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul :

“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN
PADA PAYLATER TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL MODERASI”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

31 Januari 2024
Dosen Pembimbing Skripsi,


(Dr. UKE PRAJOGO, STP, MM)
NIK. 202.710.295

Ucapan Terima Kasih

Penulis Mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D selaku Ketua STIE Malangkuçeçwara
2. Dra. Lindananti, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkuçeçwara
3. Dr.Uke Prajogo, STP, MM selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dengan baik hingga penelitian tugas akhir saya dapat selesai dengan baik
4. Terima kasih saya ucapkan kepada Ibu dan Ayah saya, karena selalu ada dan selalu memberikan dukungan dan doa kepada Allah SWT selama proses pembuatan skripsi saya
5. Terima kasih juga kepada Kakak saya, karena selalu memberikan semangat serta doa selama proses pembuatan skripsi saya
6. Terima kasih kepada pasangan saya, karena selalu memberikan saran, masukan, doa, dan semangat selama proses pembuatan skripsi saya
7. Terima kasih kepada teman-teman Camasudbaduamin. Salsha Lucky N, Karenina Rahma L.P, Salwa Inka Q yang selalu bersama dari awal masuk kuliah hingga sekarang ternyata kita bersama-sama berhasil menyelesaikan studi dan senantiasa bersama melewati suka dan duka selama di Kota Malang
8. Terima kasih kepada Rahajeng Tiara, Heni Dini, dan Aditya teman-teman seperbimbingan yang selalu memberikan masukan dan saran selama proses penulisan skripsi ini
9. Terima kasih untuk semua teman-teman kelas C Management Angkatan 2020 yang selalu bersama selama masa kuliah
10. Terima kasih kepada semua teman-temanku jurusan manajemen angkatan 2020 yang sudah bersama-sama berjuang hingga akhir

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan Shopee *Paylater* terhadap *Impulse Buying* dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menganalisis sejauh mana Shopee *Paylater* memberikan manfaat dan kemudahan penggunaan pada masyarakat. Objek penelitian ini adalah mahasiswa STIE Malangkececwara yang tergabung dalam ABM *Preneur*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Metode pengambilan sampel dengan *Stratified Purposive Random Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh negatif dan signifikan, persepsi kemudahan penggunaan pada penggunaan *Paylater* berpengaruh positif dan signifikan, gaya hidup mampu memoderasi pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan pada penggunaan *Paylater* terhadap *Impulse Buying*.

ABSTRACT

This research aims to analyze and prove the influence of the variables perceived usefulness and perceived ease of use Shopee *Paylater* on *Impulse Buying* with lifestyle as a moderating variable. It is hoped that the results of this research will be able to analyze the extent to which Shopee *Paylater* provides benefits and ease of use to the community. The object of this research is STIE Malangkeccwara students who are members of ABM Preneur. The data used in this research is primary data obtained through the distribution of questionnaires. The sampling method is Stratified Purposive Random Sampling. The results of the research show that perceived benefits have a positive and significant, perceived ease of use on using *Paylater* has a positive and significant, and lifestyle is able to moderate the influence of perceived benefits and perceived ease of use on using *Paylater* on *Impulse Buying*.

Kata Pengantar

Dengan memanjatkan puji syukur kepada ALLAH SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul: Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap *Impulse Buying* Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi.

Penyusun mengucapkan banyak terimakasih berkat dukungan, bimbingan, nasihat, serta doa yang begitu tulus sehingga skripsi ini dapat selesai . Terima kasih kepada banyak pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini lebih baik lagi.

Malang, 28 Januari 2024

Penulis,

Tri Rizky Cahyaningrum

Daftar Isi

PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGUNAAN SHOPEE <i>PAYLATER</i> TERHADAP <i>IMPULSE BUYING</i> DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL MODERASI.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan Originalitas.....	iii
Lembar Keterangan Riset.....	iii
Ucapan Terima Kasih.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	9
2.1.1.1 Pengertian <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	9
2.1.1.2 Komponen <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	9
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	11
2.1.2.1 Pengertian <i>E-Commerce</i>	11
2.1.2.2 Jenis-Jenis dan Contoh <i>E-Commerce</i>	12

2.1.3 <i>Financial Technology</i>	14
2.1.3.1 Pengertian <i>Financial Technology</i>	14
2.1.3.2 Jenis-Jenis <i>Financial Technology</i>	14
2.1.4 <i>Paylater</i>	15
2.1.4.1 Pengertian <i>Paylater</i>	15
2.1.4.2 Keuntungan <i>Paylater</i>	16
2.1.5 <i>Shopee Paylater</i>	17
2.1.5.1 Pengertian <i>Shopee Paylater</i>	17
2.1.5.2 Keuntungan <i>Shopee Paylater</i>	17
2.1.6 Persepsi Manfaat	18
2.1.6.1 Pengertian Persepsi Manfaat.....	18
2.1.6.2 Indikator Persepsi Manfaat	19
2.1.7 Persepsi Kemudahan Penggunaan	19
2.1.7.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan	19
2.1.7.2 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	20
2.1.8 <i>Impulse Buying</i>	21
2.1.8.1 Pengertian <i>Impulse Buying</i>	21
2.1.8.2 Karakteristik <i>Impulse Buying</i>	21
2.1.8.3 Indikator <i>Impulse Buying</i>	22
2.1.9 Gaya Hidup	22
2.1.9.1 Pengertian Gaya Hidup.....	22
2.1.9.2 Indikator Gaya Hidup	23
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.3 Model Konseptual Penelitian	29
2.4 Teori Keagnean dan Pengembangan Hipotesis.....	29
2.4.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Pada Penggunaan <i>Shopee Paylater</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	30
2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Pada Penggunaan <i>Shopee Paylater</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	30

2.4.3 Gaya Hidup Memoderasi Pengaruh Persepsi Manfaat Pada Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku *Impulse Buying*31

2.4.4 Gaya Hidup Memoderasi Pengaruh Persepsi Kemudahan Pada Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Perilaku *Impulse Buying*32

BAB III	33
METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi.....	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.4 Variabel Penelitian.....	35
3.4.1 Variabel Independen.....	35
3.4.2 Variabel Dependen	36
3.4.3 Variabel Moderasi	36
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.6 Analisis Data	38
3.6.1 Uji Instrumen	39
3.6.1.1 Uji Validitas	39
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	39
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	40
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas.....	40
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	41
3.6.3 Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	41
3.6.3.1 Uji F Simultan	43
3.6.3.2 Uji T Parsial.....	44
3.6.3.3 Uji Koefisien Determinasi(R^2)	44
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46

4.2 Deskripsi Identitas Responden	46
4.2.1 Jenis Kelamin	46
4.2.2 Angkatan	47
4.2.3 Usia	48
4.2.4 Jenis Usaha	48
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif	49
4.3.2 Uji Validitas.....	51
4.3.3 Uji Reliabilitas	52
4.3.4 Uji Normalitas	53
4.3.5 Uji Multikolinieritas	53
4.3.6 Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.4 Pengujian Model dan Pengujian Hipotesis.....	55
4.4.1 <i>Moderated Regression Analysis</i>	55
4.4.2 Uji F Simultan	57
4.4.3 Uji t Parsial	57
4.4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	60
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Kontribusi Penelitian.....	69
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	70
5.4 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
Lampiran	78

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 : Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 : Skala Litert	35
Tabel 3.2 : Definisi Operational Variabel.....	37
Tabel 4. 1 : Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
Tabel 4. 2 : Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4. 3 : Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4. 4 : Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4. 5 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4. 6 : Hasil Uji MRA (Moderated Regression Analysis).....	55
Tabel 4. 7 : Hasil Uji F Simultan	57
Tabel 4. 8 : Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	59

Daftar Gambar

Gambar 1.1 : Gambar Peringkat Aplikasi <i>Paylater</i> terbanyak Q1 2023	3
Gambar 2.1 : Technology Acceptance Model (TAM).....	11
Gambar 2.3 : Kerangka Berpikir	29
Gambar 4.1 : Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.2 : Angkatan Responden	47
Gambar 4.3 : Usia Responden.....	48
Gambar 4.4 : Jenis Usaha Responden.....	48
Gambar 4.5 : Ringkasan Hasil Uji.....	68

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2 : Tabel Tabulasi Responden	81
Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	85
Lampiran 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 5 : Hasil Uji MRA	90