

Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi atau sistem merupakan hal yang mudah

Persepsi Kemudahan Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> (X2)					
No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
5.	Saya rasa sistem penggunaan Shopee <i>Paylater</i> jelas, mudah dipelajari, dan dipahami				
6.	Saya rasa secara keseluruhan Shopee <i>Paylater</i> mudah digunakan				
7.	Saya rasa sistem penggunaan Shopee <i>Paylater</i> mudah dioperasikan pada saat melakukan * transaksi pembayaran				
8.	Saya rasa proses transaksi pembayaran menggunakan Shopee <i>Paylater</i> dapat diselesaikan * dalam waktu yang singkat dan tidak membutuhkan waktu yang lama				

Impulse Buying adalah pembelian yang tidak terencana dan yang tidak diinginkan sebelumnya oleh pembeli atau pembelian secara spontanitas tanpa perencanaan sebelumnya

<i>Impulse Buying</i> Pada Shopee <i>Paylater</i> (Y)					
No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
9.	Saya memiliki keinginan untuk berbelanja meskipun tidak ada barang yang dibutuhkan dikarenakan ada fitur Shopee <i>Paylater</i>				
10.	Saya rasa dengan adanya Shopee <i>Paylater</i> , saya memiliki keinginan melihat-lihat berbagai toko <i>online</i> yang ada di Shopee walaupun tidak ada barang yang saya butuhkan				
11.	Saya rasa dengan menggunakan Shopee <i>Paylater</i> membuat saya membeli produk tanpa mempertimbangkan hal lain				
12.	Saya senang berbelanja dan melakukan transaksi di Shopee menggunakan Shopee <i>Paylater</i>				

gaya hidup adalah (aktivitas) pola hidup seseorang yang menghabiskan waktunya, (minat) pertimbangan seseorang dalam lingkungannya, dan (opini) yang dipikirkan tentang dirinya sendiri dan orang lain sekitarnya.

Gaya Hidup Pada Shopee <i>Paylater</i> (Z)					
No.	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
13.	Fitur Shopee <i>Paylater</i> merupakan salah satu fitur yang saya gunakan ketika berbelanja.				

14.	Saya rasa dengan menggunakan fitur Shopee <i>Paylater</i> pembayaran menjadi lebih mudah.				
15.	Saya percaya dan mengandalkan fitur Shopee <i>Paylater</i>				

Lampiran 2 : Tabel Tabulasi Responden

No. Respon	Persepsi Manfaat (X1)				Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	4	3	4
4	3	3	3	2	3	3	3	2
5	2	1	2	2	1	1	1	1
6	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	3	3	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	4	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4
13	1	3	1	1	2	4	2	2
14	3	3	3	3	3	3	3	2
15	4	4	4	4	4	4	4	3
16	3	3	4	3	3	3	4	4
17	4	4	4	4	3	3	4	4
18	3	3	3	4	3	4	3	3
19	3	4	4	3	3	3	3	3
20	3	4	3	3	3	3	4	3
21	3	4	4	4	3	4	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	4	4	3	4	4	4	3
24	3	3	4	3	4	4	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3	3	3	3
27	4	4	4	3	3	3	4	3
28	4	3	3	3	3	3	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	4	3	4	3	4
32	3	4	4	4	3	3	4	3
33	3	3	4	3	3	3	3	4
34	1	3	2	1	2	2	2	2
35	3	4	3	3	4	3	2	3
36	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4
40	3	3	4	3	4	4	3	4
41	1	1	1	4	1	1	1	1

42	3	4	4	3	4	4	3	4
43	4	3	2	3	3	3	4	4
44	3	4	3	3	4	3	3	3
45	3	4	3	3	4	3	4	4
46	3	3	4	4	3	4	4	3
47	4	4	4	3	3	3	4	3
48	4	3	4	3	4	4	3	3
49	3	4	3	3	4	4	4	3
50	3	4	3	3	4	3	3	3
51	3	3	2	3	3	4	3	3
52	4	3	3	2	3	4	4	4
53	3	4	3	3	3	4	3	4
54	4	4	3	3	3	4	3	3
55	3	3	4	3	4	3	3	3
56	4	3	4	3	3	3	4	4
57	3	3	4	3	4	4	3	4
58	4	4	3	3	4	3	4	4
59	4	3	3	3	3	4	4	3
60	4	3	3	3	3	4	3	3
61	4	4	3	3	4	3	4	3
62	4	4	3	3	4	4	3	3
63	4	3	3	3	4	4	3	4
64	3	3	4	3	3	3	4	3
65	4	4	3	4	4	4	3	3

No. Responden	<i>Impulse Buying (Y)</i>				Gaya Hidup (Z)		
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Z.1	Z.2	Z.3
1	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	4	3
4	2	3	3	2	3	3	3
5	2	1	3	3	2	2	2
6	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4
8	3	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4
10	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3
12	4	4	4	4	4	4	4
13	2	4	4	4	3	3	4
14	3	2	2	3	3	3	3
15	3	3	3	4	3	3	4
16	3	3	3	3	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4

18	3	3	4	4	3	4	3
19	4	3	3	4	3	3	3
20	3	3	3	3	3	4	3
21	1	2	1	3	3	4	3
22	3	2	2	3	4	4	3
23	3	4	3	2	4	2	3
24	3	4	4	3	3	3	4
25	2	3	3	3	3	3	3
26	2	2	2	2	2	3	2
27	4	3	4	4	3	3	4
28	3	3	3	3	3	3	2
29	4	4	3	3	4	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	4	3	4	3
32	4	3	4	3	4	4	4
33	3	4	3	4	3	4	3
34	1	2	2	3	1	3	1
35	4	3	3	2	3	3	3
36	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4
40	3	4	4	4	3	4	4
41	1	1	1	2	1	2	2
42	2	3	2	4	4	3	3
43	3	3	3	4	4	3	4
44	3	4	3	3	3	3	3
45	3	3	4	3	4	4	3
46	2	2	3	3	4	3	3
47	4	3	3	4	3	3	3
48	4	3	3	3	4	4	3
49	3	4	3	3	4	3	2
50	3	4	3	4	3	3	3
51	3	3	4	3	3	3	3
52	1	2	3	3	3	3	2
53	3	3	3	3	3	3	2
54	3	2	3	3	3	4	3
55	3	3	3	3	4	4	3
56	3	4	3	3	3	4	3
57	1	2	2	3	4	3	3
58	3	3	3	4	4	4	3
59	3	3	3	4	3	3	3
60	2	2	3	3	3	3	3
61	2	2	2	3	4	4	3
62	3	3	3	3	4	4	4
63	2	2	2	3	4	4	3

64	2	2	2	3	4	3	3
65	3	3	3	4	4	3	3

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Persepsi Manfaat

2. Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.520**	.566**	.482**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65
X1.2	Pearson Correlation	.520**	1	.488**	.342**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000
	N	65	65	65	65	65
X1.3	Pearson Correlation	.566**	.488**	1	.514**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65	65
X1.4	Pearson Correlation	.482**	.342**	.514**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000		.000
	N	65	65	65	65	65
Total_X1	Pearson Correlation	.826**	.741**	.826**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.648**	.575**	.631**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65
X2.2	Pearson Correlation	.648**	1	.485**	.589**	.811**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65
X2.3	Pearson Correlation	.575**	.485**	1	.653**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65	65
X2.4	Pearson Correlation	.631**	.589**	.653**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	65	65	65	65	65
Total_X 2	Pearson Correlation	.852**	.811**	.815**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65	65
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4

3. Impulse Buying

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.679**	.679**	.435**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65
Y.2	Pearson Correlation	.679**	1	.699**	.495**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	65	65	65	65	65
Y.3	Pearson Correlation	.679**	.699**	1	.514**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65	65
Y.4	Pearson Correlation	.435**	.495**	.514**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	65	65	65	65	65
	Pearson Correlation	.863**	.877**	.873**	.699**	1

Total_	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
Y	N	65	65	65	65	65
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

4. Gaya Hidup

Correlations					
		Z.1	Z.2	Z.3	Total_Z
Z.1	Pearson Correlation	1	.500**	.596**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	65	65	65	65
Z.2	Pearson Correlation	.500**	1	.493**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	65	65	65	65
Z.3	Pearson Correlation	.596**	.493**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	65	65	65	65
Total_Z	Pearson Correlation	.857**	.779**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	65	65	65	65
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.771	3

Lampiran 4 : Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.49070756
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.069
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.205	1.610		.748	.457		
	Persepsi Manfaat(X1)	.223	.201	.192	1.109	.272	.297	3.368
	Persepsi Kemudahan Pengg	.108	.206	.099	.525	.602	.250	3.993

	unaan (X2)							
	Gaya HidupZ	.686	.236	.436	2.902	.005	.397	2.521

a. Dependent Variable: Total_Y

3. Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			ABS_RE S	Persep si Manfaat(X1)	Persepi Kemuda han Pengu naan (X2)	Gaya Hidup
Spearman's rho	ABS_RE S	Correlation Coefficient	1.000	-.107	-.076	.003
		Sig. (2-tailed)	.	.396	.549	.979
		N	65	65	65	65
	Persepsi Manfaat(X1)	Correlation Coefficient	-.107	1.000	.718**	.652**
		Sig. (2-tailed)	.396	.	.000	.000
		N	65	65	65	65
	Persepi Kemuda han Pengu naan (X2)	Correlation Coefficient	-.076	.718**	1.000	.671**
		Sig. (2-tailed)	.549	.000	.	.000
		N	65	65	65	65
	Gaya Hidup	Correlation Coefficient	.003	.652**	.671**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.979	.000	.000	.
		N	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 : Hasil Uji MRA

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.460	.424	1.940
a. Predictors: (Constant), moderasi_2, TOTAL_X2, TOTAL_X1, moderasi_1				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192.247	4	48.062	12.765	.000 ^b
	Residual	225.907	60	3.765		
	Total	418.154	64			
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						
b. Predictors: (Constant), moderasi_2, TOTAL_X2, TOTAL_X1, moderasi_1						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.337	1.595		3.838	.040
	TOTAL_X1	.418	.111	.461	3.704	.028
	TOTAL_X2	.275	.049	.291	5.647	.000
	moderasi_1	.202	.028	2.040	2.503	.014
	moderasi_2	.213	.025	1.750	2.798	.039
a. Dependent Variable: TOTAL_Y						