Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna

(Studi Kasus Pada pengguna Fitur Shopee Paylater)

NandaAyu Setyawati

Program Studi Administrasi Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Untag Surabaya

Abstract

Shopee is an electronic trading centre headquartered in Singapore under the auspices of SEA Group (formerly known as Garena). Shopee was founded in 2009 by Forrest Li. Shopee first launched in Singapore in 2015, and has since expanded its reach to Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, and the Philippines. Starting in 2019, Shopee is also active in Brazil and making it the first Shopee in South America and outside Asia.Shopee itself is led by Chris Feng, Chris Feng is one of the former creators of Rocket Internet who once led Zalora and Lazada (Geokur, 2020). Rahardyan(2021) Shopee paylater is a loan product in collaboration with other Fintech Lending. Shopee as an e-commerce platform provides services to Fintech Lending to fund users who need financial assistance in the form of balances to chat in shopee. This type of research is quantitative research, in this study uses quantitative analysis techniques that are data collection techniques in the form of numbers obtained from questionnaire results and then the data is processed and analyzed using statistics. Through the results of statistical tests it can be concluded that the Service Quality and Trust variables have a positive and significant influence on user interests of Shopee paylater features. Partially independent variable X1 i.e. Quality of Service has a positive and significant influence on the depenen variable that is user interest. This can be seen from the value of t calculated which is 10,936 greater than the table t which is 1,988 which means the quality of service has a considerable influence on the interest of users of shopee paylater features. In parisal independent variable X2 i.e. Trust has a positive and significant influence on the dependent variable that is User Interest. This can be seen from the value of t calculated 5,267 greater than the table t which is 1.988 which means trust has a considerable influence on the interest of users of the Shopeee paylater feature.

Keywords : Shopee, Shopeepaylater, E-Commerce, User Interests, Quality of Service, Trust

Pendahuluan

Dengan diberlakukannya lockdown di beberapa daerah di Indonesia hal ini memberikan dampak negatif pada sisi perekonomian di Indonesia, dimulai dengan banyak nya perusahaan yang bangkrut karena penurunan angka penjualan yang drastis sehingga banyak perusahaan yang kesulitan untuk mempertahankan

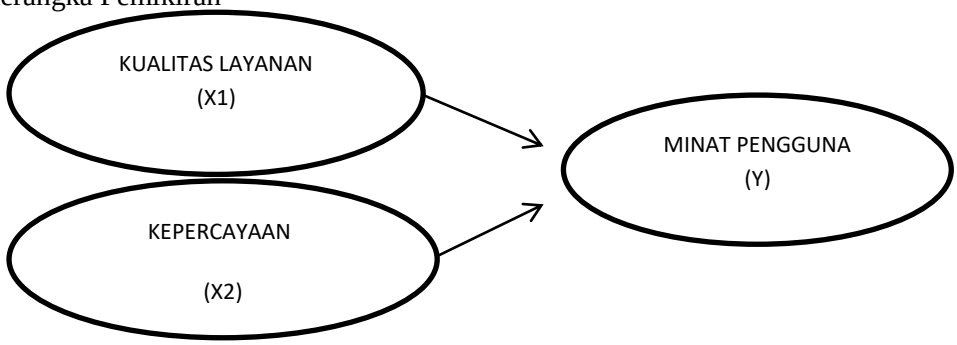
usahanya. Adapun perusahaan yang berusaha untuk mempertahankan perusahaan dengan melakukan beberapa kebijakan seperti merumahkan pegawai dan membayar separuh dari upah normal atau yang lebih buruknya lagi adalah pemutusan hubungan kerja masal sehingga angka pengangguran di Indonesia menjadi meningkat.. Saat ini teknologi informasi berperan penting dalam dunia ekonomi khususnya dalam penjualan online atau biasa dikenal dengan e-commerce.

Shopee menawarkan berbagai pilihan Electronic payment seperti melalui transfer bank, kartu krdit hingga dompet digital yang diciptakan oleh shopee yaitu shopeepay dan adapun fitur terbaru yang diciptakan shopee guna memudahkan pembayaran ialah fitur shopee paylater. Shopee paylater ialah produk pinjaman yang ada di shopee yang dimana shopee berkerjasama dengan Fintech Lending lain. Shopee selaku platform e-commerce menyediakan layanan kepada Fintech Lending untuk mendanai pengguna yang membutuhkan bantuan keuangan dalam bentuk saldo untuk berblenaja di shopee, Pinjaman ini diberikan kepada pengguna shopee tertentu yang sudah memenuhi syarat dan kriteria yang telah ditetapkan oleh pihak shopee yang artinya tidak semua pengguna shoppe dapat menggunakan fasilitas pinjaman shopee paylater. Setelah berhasil mengaktifkan shopee paylater maka pengguna akan mendapatkan limit kredit, yang dimana limit kredit tersebut tergantung dari seberapa sering pengguna melakukan transkasi di shopee, semakin sering pengguna melaukan transaksi di shopee maka limit yang diberikan akan semikin besar juga.

Shopee pun mulai mengembangkan strateginya dengan menciptakan strategi yang menarik serta menciptakan transaksi yang dimana berguna untuk menarik perhatian pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan karena faktor kunci kepuasaan pelanggan ialah kepercayaan. Kepercayaan dapat meningkat jika informasi dari produk dinilai akurat,relevan dan lengkap. Shopee memanfaatkan wadah internet dan media sosial guna menjaga komunikasi yang lancar dengan pengguna serta shopee juga menghadirkan konten dan informasi kepada pengguna.

Kerangka Dasar Pemikiran Dan Hipotesis

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui lebih lanjut variabel kualitas layanan dan kepercayaan terhadap minat pengguna pada fitur Shopee Paylater, maka secara konseptual digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti. Hipotesis yang diperoleh berdasarkan dari landasan teori, maka dapat di ambil Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis Pertama :

Ha : Ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap minat pengguna fitur shopee paylater

Ho : Tidak da pengaruh antara kualitas layanan terhadap minat pengguna fitur shopee paylater

Hipotesis Kedua:

Ha : Ada pengaruh antara kepercayaan terhadap minat pengguna fitur shopee paylater

Ho : Tidak ada pengaruh antara kepercayaan terhadap minat pengguna fitur shopee paylater

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Jenis dari penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Kuantitatif merupakan penelitian yang menggambarkan kecenderungan yang menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu variabel Kualitas layanan dan Kepercayaan terhadap minat pengguna. Penelitian ini pula termasuk dalam jenis penelitian korelasional (hubungan) yang merupakan jenis penelitian yang tujuannya adalah menentukan hubungan variabel satu dengan variabel yang lain. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunkan teknik analisis kuantitatif yaitu teknik pengumpulan data berupa angka yang didapatkan dari hasil kuesioner lalu data tersebut diolah dan di analisis menggunakan statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiono (2011:80) definisi dari populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas serta karakter tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya.

Karena dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh dari Kualitas layanan dan Kepercayaan terhadap minat pengguna (studi kasus pada pengguna fitur shopee paylater) maka populasi yang akan ditetapkan oleh penulis adalah konsumen yang telah menggunakan shopee paylater sebagai metode pembayaran.

Sampel

Pada penelitian ini menggunakan teknik snowball sampling. Menurut sugiyono (2014) snowball sampling merupakan teknik penentuan sampel yang mula- mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Peneliti memilih snowball sampling karena dalam penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja tetapi karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti mencari orang lain yang untuk melengkapi data tersebut.Adapun kriteria yang ditetapkan sebagai penentuan responden adalah :

1. Konsumen yang aktif menggunakan metode pembayaran shopee paylater
2. Konsumen dengan batasan usia 17- 35 Tahun
3. Konsumen yang memiliki pendapatan Rp.1.500.000 – Rp.5.000.000
4. Konsumen yang bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

Pengukuran dan Instrumen Penelitian

Pengukuran Instrumen

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui google form yang bertujuan untuk mendapatkan data yang akan digunakan atau pengamatan terhadap obyek penelitian serta mencari gambaran yang menjadi masalah dalam obyek penelitian

Definisi Konsep Dan Oprasional

Definisi Konsep

a) Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini adalah :

1) Kualitas Layanan(X1) : Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:74) kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.
2) Kepercayaan(X2): Menurut Pavlo dalam Donni Juni (2017:116) mengemukakan bahwa kepercayaan merupakan penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah ligkungan yang penuh dengan ketidakpastian.

b) Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat yang diteliti dalam penelitian ini adalah :

Minat Pengguna Menurut Tampubolon dalam Iskandarwassid (2016:113), Minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.

Definisi Operasional

a. Kualitas Layanan(X1)

Menurut parasuraman et al 1990 (dalam Kotler, 2007:56) terdapat indikator kualitas layanan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan,yaitu :

1. Kehandalan.
2. Tanggap
3. Jaminan
4. Kepedulian / Empati
5. Bukti Fisik

b. Kepercayaan(X2)

Menurut Kotler dan Keller (2016:225) teori ini terdapat empat indikator kepercayaan yaitu :

1. Kemampuan
2. Kesungguhan
3. Integritas
4. Willingness to depand (Keinginan untuk menghabiskan)

c. Minat Pengguna(Y)

Menurut Ferdinand (ferdinand, 2002) minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain..
3. Kecenderungan seseorang dalam menjadikan suatu produk sebagai preferensi utama.
4. Kecenderungan perilaku seseorang dalam mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk suatu tersebut.

Analisis dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Penilitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna (Studi Kasus Pada Pengguna Fitur Shopee Paylater),untuk karakteristik responden dilihat dari beberapa faktor diantaranya ialah jenis kelamin,usia ,Pendidikan Terakhir(Profesi) serta pendapatan disetiap bulannya. Berikut merupakan penjelasan di setiap karakteristiknya :

a Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi (%)
Perempuan	70	70 %
Laki-laki	26	26 %

Sumber : Data primer yang diolah penulis, 2021

Bedasarkan tabel diatas dengan jumlah reponden adalah 96 maka yang sudah bersedia mengisi kuesioner elektronik melalui Google Form dalam penelitian ini yaitu perempuan sebesar 70 orang dan laki – laki sebesar 26 orang. Jika dilihat dari hasil tersebut sebagian besar yang mengisi kuesioner elektronik ini yaitu lebih dominan perempuan yaitu sebesar 70% dari jumlah total responden

b. Usia

Responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Presentasi (%)
17 – 20 Tahun	33	33 %
21 – 25 Tahun	50	50 %
26 – 35 Tahun	13	13%
Total	96	96 %

Sumber : Data primer diolah penulis, 2021

Tabel diatas menunjukan bahwa jumlah responden usia 21-25 paling mendominasi dengan jumlah presentasi yaitu 50% dan yang kedua terbanyak yaitu diusia 17–20 dengan presentasi 33%. Responden dengan usia 26-35 tahun mendapatkan jumlah paling kecil yaitu sebesar 13%.

c. Pendidikan Terakhir

Responden berdasarkan Profesi

Pendidikan Teahir	Frekuensi	Presentasi (%)
PNS	4	4%
MAHASISWA	56	56%
WIRAUSAHA	30	30%
LAINNYA	6	6 %
Total	96	96 %

Sumber : Data primer diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel diatas dari 96 responden yang telah mengisi kuisoner elektronik ini,menunjukan mayoritas responden merupakan Mahasiswa dengan hasil presentase 56% yaitu sebanyak 56 orang,selanjutnya diikuti oleh Mahasiswa dengan presentase 36% sebanyak 40 Orang. Dari 96 orang responden yang telah mengisi kuisoner maka di dominasi oleh Wirausaha.

d. Pendapatan Tiap Bulan

Responden berdasarkan Pendapatan tiap bulan

Jumlah pendapatan	Frekuensi	Presentasi (%)
< Rp 2jt	50	50%
Rp 2jt – <Rp 5jt	40	40 %
>Rp 5jt	6	6%
Total	96	96%

Sumber : Data primer diolah penulis, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 96 responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini yang paling banyak adalah dengan pendapatan kurang dari 2jt Rupiah dengan jumlah presentasi 50% atau 50 orang. Dilanjutkan dengan pendapatan rata rata perbulan 2jt Rupiah sampai kurang dari 5Jt yaitu sebesar 40 orang, sedangkan lebih dari 5jt Rupiah hanya sebesar 6% atau 6 orang.

Rekapitulasi Jawaban Responden

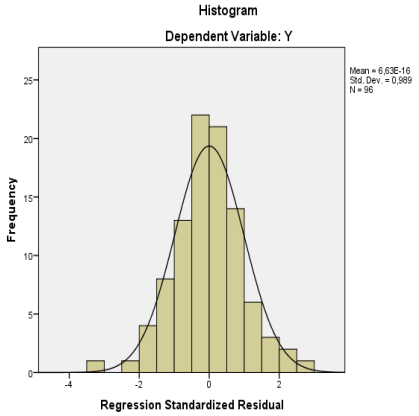
Berdasarkan hasil analisis rata-rata menurut jawaban dari responden pada Variabel Kualitas Layanan terdapat indikator yang memiliki nilai tertingii yaitu adalah 4,19 terletak pada indikator atau pernyataan nomer 1 Reability yang berarti responden setuju dengan pernyataan bahwa Shopee paylater dapat memudahkan pengguna dalam transaksi pembayaran.

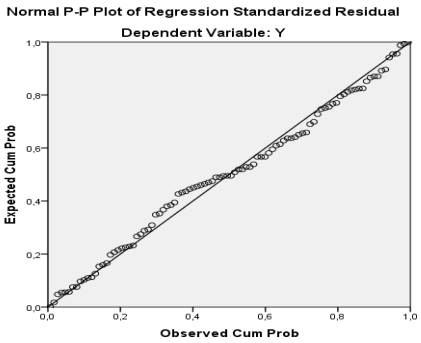
Berdasarkan hasil analisis rata-rata menurut degan jawaban dari responden pada Variabel kepercayaan yang memiliki nilai tertinggi yaitu terdapat pada indikator “Kesungguhan” dengan jumlah mean sebesar 4,30 yang berarti secara garis besar responden sangat setuju dengan pernyataan nomer 7 yaitu yang berakitan dengan Shopee yang dipercaya mampu memberikan kulitas yang baik melalui fitur Shopee paylater Lalu dilanjutkan oleh pernyataan dengan nilai mean tertinggi kedua yaitu sebesar 4,18 yang artinya sebagian besar responden memberikan nilai sangat setuju terletak pada indikator Wilingnes to depand yang dimana berarti responden menyatakan setuju bahwa Konsumen bersedia data pribadinya masuk daftar hitam Bank Indonesia jika tidak membayar tagihan tepat waktu.

Berdasarkan hasil analisis rata-rata menurut jawaban dari responden pada variabel Minat Pengguna menjelaskan bahwa hasil rata-rata responden memberikan nilai setuju pada indikator dari variabel Minat Pengguna dengan nilai mean paling tinggi 4,45 yaitu pada indikator minat Prefesional yang artinya responden memilih shopee Paylater sebagai alat pembayaran untuk melakukan transaksi di aplikasi shopee.

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik





Dari hasil uji normalitas dapat dijelaskan bahwasanya grafik Diatas diketahui bahwa instrumen dari variabel pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal karena dapat dilihat Pada gambar dijelaskan bahwa grafik menunjukkan pola distribusi yang mengikuti garis histogram dan juga pada gambar menunjukkan titik-titik tersusun mengikuti garis diagonal, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Uji multikolonieritas ini bertujuan untuk mengujji apakah suatu model regresi apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linier atau

tidak. Pada hasil uji multikolonieritas ini dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dengan nilai VIF < 10, dengan angka tolerance > 0,10.

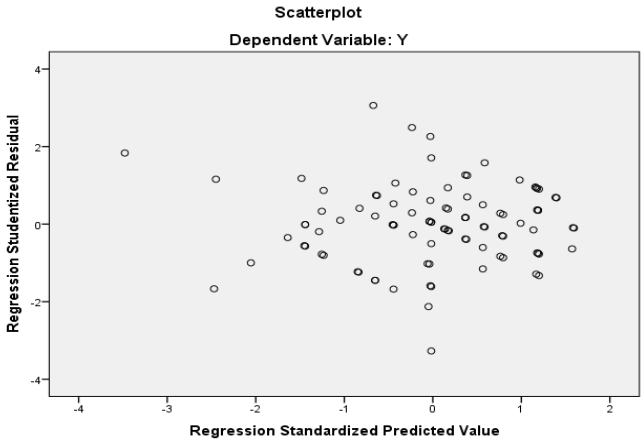
Tabel.Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficientsa

Model		Sig.	Collinearity Statistics		
		B		Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,826	,000		
	Kualitas Layanan	,823	,000	,807	1,239
	Kepercayaan	-,401	,000	,807	1,239

a. Dependent Variable: Y

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF (X1) Kualitas layanan dan variabel (X2) Kepercayaan adalah 1.239 dan nilai toleranc 0,804 maka data tersebut tidak terjadi multikolonieritas karena nilai VIF 1.239 < 10 dan nilai toleranc 0,807> 0,10.



Dapat dilihat Pada gambar diatas tidak terjadi heteroskedastisitas, hal ini dapat dibuktikan dari titik-titik yang menyebar dan tidak berbentuk pola tertentu ataupun berkumpul dalam satu titik. Dan juga titik-titik yang menyebar disekitar bawah dan atas angat 0.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,826	1,539		3,785	,000
	Kualitas Layanan	,823	,076	,830	10,798	,000
	Kepercayaan	,401	,077	-,402	-5,236	,000

a. Dependent Variable: Minat Pengguna

Dari hasil regresi diatas maka dapat disimpulkan :

Nilai konstanta (α) bernilai 5,826 yang artinya jika variabel Kualitas layanan dan kepercayaan ini dalam keadaan tetap atau tidak terjadi perubahan maka peningkatan Minat Pengguna sebesar 5,826.

Nilai koefisien regresi dari variabel Kulaitas layanan sebesar 0,823 yang artinya bila variabel independen nilainya tetap dan variabel Kualitas Layanan (X1)terjadi peningkatan 1 satuan maka Minat Pengguna akan meningkat sebesar (0,823). Koefisien dari Kualitas layanan bernilai positif yang artinya ada hubungan yang positif antara variabel Kualitas layanan dan Minat Pengguna.

Melihat dari nilai koefisiensi regresi dari variabel Kepercayaan yang bernilai positif yang berarti adanya hubungan yang positif antara Kepercayaan terhadap Minat Pengguna Nilai koefisien regresi variabel Kepercayaan (X2) sebesar 0, 401 yang berarti jika variabel independen lainnya nilainya tetap dan Kepercayaan mengalami peningkatan 1 satuan maka Minat Pengguna juga akan meningkat sebesar 0,401.

Hasil Uji Korelasi (R) dan Uji Koefiesien Determinasi (R^2))

Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,746a	,557	,547	1,82975

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN

b. Dependent Variable: MINAT PENGGUNA

Dari data tabel 4.16 diatas merupakan hasil penelitian uji korelasi pada tabel (R) secara parsial dengan nilai koefisien sebesar 0,746, hal ini menunjukkan angka yang semakin mendekati angka 1 yang mana nilai interval koefisien terletak pada 0,60 – 0,799 maka dapat dijelaskan bahwa tingkat hubungan antara Kualitas Layaan dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna Kuat. Seperti pedoman menurut Sugiyono (2009 : 184) pada tabel berikut :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,309	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono(2009:184)

Uji koefisiensi(R^2) dapat digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ini dapat dilihat dari tabel 4.17 diatas. Berdasarkan data output SPSS diatas hasil yang diperoleh dari R Square yang menunjukan Minat Pengguna dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dan Kepercayaan sebesar 0,553 atau sebesar 55,3% sedangkan sisanya sebesar 44,7% untuk Minat Pengguna bisa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini, misalkan variabel Produk, dan variabel Promosi.

Hasil Uji t (Parsial)

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,826	1,539		3,785	,000
	KUALITAS LAYANAN	,823	,076	,830	10,798	,000
	KEPERCAYAAN	-,401	,077	-,402	-5,236	,000

a. Dependent Variable: MINAT PENGGUNA

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel bebas Kualitas Layanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap variabel terikat yaitu Minat Pengguna dengan tingkat signifikasi sebesar 5% (0,05). Untuk mengetahui hasil uji t dari penelitian ini dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Hasil dari pengujian Uji t (Parsial), adalah sebagai berikut :

Hipotesis Pertama

Ho : Variabel Kualitas layanan secara persial atau terpisah tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Pengguna Fitur Shopee Paylater.

H1 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Minat Pengguna Fitur Shopee Paylater.

t.hitung pada variabel Kualitas Layanan sebesar 10,936 dimana t.hitung lebih besar dari t.tabel yaitu t.hitung 10,936 > t.tabel 1,988 dengan tingkat signifikan (0,00 < 0,05) maka dapat disimpulkan Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna shopee paylater.

Hipotesis Kedua

Ho : Variabel Kepercayaan secara persial atau terpisah tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Pengguna Fitur Shopee Paylater.

H2 : Ada pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan terhadap Minat Pengguna Fitur Shopee Paylater

Berdasarkan hasil uji diatas t. hitung pada variabel Kepercayaan mendapatkan nilai sebesar 5,267 dengan tingkat signifikasi sebesar 0,00 maka t.hitung > t.tabel (5,267>1988) dengan signifikasi (0,00 < 0,05) maka kesimpulannya Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat Pengguna Fitur Shopee Paylater

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Minat Pengguna

   Berdasarkan dari hasil penelitian diatas menunjukan bahwa Kualitas layanan ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna Fitur Shopee Paylater, hal ini terbukti dari hasil nilai t.hitung lebih besar dari$t$.tabelyang artinya hipotesis adanya pengaruh yang signifikan dari Kualitas layanan terhadap Minat Pengguna Fitur Shopee Paylater dapat diterima. Ini menggambarkan bahwa semakin baik Kualitas layanan yang dibangun oleh pihak Shopee yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna shopee paylater serta dapat memberikan dampak positif terhadap minat pengguna Fitur Shopee Paylater

. Pernyataan ini pun didukung pula oleh hasil analisis data yang menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Pengguna Shopee Paylater,yang dimana terbukti dengan hasil mean tertinggi adalah 4,19 pada pernyataan ke-1. yang dapat disimpulkan bahwa Shopee paylater dapat memudahkan pengguna dalam transaksi pembayaran pada aplikasi Shopee.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna

   Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan hal ini terbukti dari hasil uji t.hitung lebih besar dari$t$.tabelyang artiya pernyataan hipotesis bahwa Ada pengaruh signifikan dari kepercayaan terhadap Minat Pengguna Shopee Paylater diterima. Dari hasil analisis uji terserbut pula menggambarkan bahwa kepercayaan yang baik terhadap pihak Shopee dianggap mampu dalam menarik Minat Pengguna Shopee Paylater. Hal ini didukung pula dengan hasil mean tertinggi adalah 4,30 pada pernyataan ke-2.

KESIMPULAN

Dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan, dengan karakteristik responden dominan ke perempuan sebesar 70% dari 96% jumlah responden. Kemudian dari status responden yang lebih dominan adalah mahasiswa sebesar 56% sisanya diisi oleh responden dari penghasilan perbulan dominan pada jumlah kurang dari 2jt Rupiah dengan jumlah presentasi 50% dari 96% responden. Dapat disimpulkan terkait pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Pengguna fitur shopee paylater dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Melalui hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna fitur Shopee paylater.
2. Secara parsial variabel independen X1 yaitu Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel depenen yaitu minat pengguna. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung yaitu 10,936 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988 yang berarti kualitas layanan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat pengguna fitur shopee paylater.
3. Secara parisal variabel independen X2 yaitu Kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat Pengguna. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung 5,267 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988 yang berarti Kepercayaan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap minat pengguna fitur Shopeee paylater

DAFTAR PUSTAKA

Alfianti, Lidya,2021, *Pengaruh Komunikasi Visual Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Belanja Online Sociolla*, Surabaya

Anggereini, Devi Rezha, 2019, *Pengaruh Media Sosial Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Adorable Cimahi Jawa Barat*, Surabaya

Christian, Michel,2016, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Belanja Online Bhineka.Com*, Yogyakarta

Ferdinand, Augusty, 2002, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang

Lestari,

2020, *Analisis Kompratif Tingkat Kualitas Layanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasaan Konsumen (Studi Kasus Jasa Pengiriman Barang di J&t Express dan JNE di Surabaya)*, Surabaya

Jonathan, H. (2013). A*nalisis Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction yang Berdampak pada Customer Loyalty PT Bayu Buana Travel* Tbk. *The Winners*, *14*(2), 104. https://doi.org/10.21512/tw.v14i2.650

Lubis, Alfi Syahri,2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap kepuasaan pelanggan PT. Sucofindo Batam*, Batam

Kasmir,2002, *Dasar – Dasar Perbankan*, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada

Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Keduabelas, PT. Indeks, Jakarta

Mowen, John C dan Minor, Michael.2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, Jakarta: PT. Gelora AksaraPratama

Nilasari, Eswika, 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*, Surakarta

Panjaitan, Efendi Januar,2016, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung*, Jakarta

Rumboirusi, R. H. . (n.d.). *Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Go-Food Gojek (Studi Pada Mahasiswa Manajemen FEB UB).*

Rutoto, Sabar. (2007). *Pengantar Metedologi Penelitian. FKIP*: Universitas Muria Kudus

Shilawati Astani,2020, *Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Dan Kepuasaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tipar Cakung*, Jakarta

Sugiyono,2012, *Statistika UntukPenelitian*.Bandung: ALFABTA, cv

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta. Tempoa

Wibowo, Setyo Ferry, 2015, *Manfaat Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commute Line Jakarta*, Jakarta

Vony Novitasari Saputra, Awin Mulyati,2015, *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya)*, Surabaya

Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner, &DwayneD. Gremler. 2013.*Services Marketing: IntegratingCustomer Focus Across the Firm.* (6th ed). McGraw-Hill

Zavareh, F. B., Ariff, M. S. M., Jusoh, A., Zakuan, N., Bahari, A. Z., & Ashourian, M. (2012). *E-Service Quality Dimensions And Their Effects On E-Customer Satisfaction In Internet Banking Services*. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, *40*, 441–445. Https://Doi.Org/10.1016/J.Sbspro.2012.03.213

https://www.vstorecomputers.com/sejarah-berdirinya-shopee/

https://www.viralorchard.com/cara-mengaktifkan-shopee-paylater/

https://news.detik.com/berita/d-4941084/apa-itu-virus-corona-dan-covid-19-ini-info-yang-perlu-diketahui.