

**DAMPAK GAYA HIDUP DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
MENGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER* (STUDI
KASUS MAHASISWA/I STIE EKA PRASETYA)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Strata Satu (S-1)

SKRIPSI



**Ditulis Oleh :
RINA RIDARA SHOLEHA
201010141**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA
MEDAN
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Dampak Gaya Hidup Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Kasus Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya).

Yang dipersiapkan oleh:

Rina Ridara Sholeha

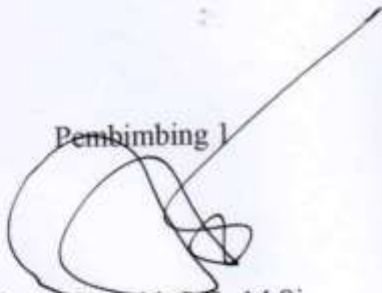
201010141

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang

Meja Hijau

Medan, 10 Juni 2024

Pembimbing 1


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
NIDN. 006037202

Pembimbing 2


Dr. Fenny, S.E., M.M
NIDN. 012809003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Dampak Gaya Hidup Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Kasus Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya).

Yang dipersiapkan oleh:

Rina Ridara Sholeha

201010141

Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 8 Juli 2024

Penguji 1



Dra. Pesta Gultom, M.M
NIDN. 0117126501

Penguji 2



Dedy Lazuadi, S.E., M.M
NIDN. 90127117801

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Rina Ridara Sholeha
NIM	:	201010141
Judul Skripsi	:	Dampak Gaya Hidup Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya)
Pembimbing 1	:	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si
Pembimbing 2	:	Dr. Fenny, S.E., M.M

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 8 Juli 2024



Rina Ridara Sholeha
201010141

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul **“Dampak Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya)”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Starta 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, S.T., S.Pd., M.M.
2. Ketua Yayasan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Koordinator Program Studi Manajemen, Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

6. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
7. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
8. Seluruh Dosen pengajar dan Staff Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
9. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materi maupun spiritual.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 4 Juni 2024
Penulis

Rina Ridara Sholeha
201010141

ABSTRAK

Rina Ridara Sholeha, 201010141, 2024, Dampak Gaya hidup Dan Kemudahan penggunaan Terhadap Keputusan pembelian Menggunakan ShopeePaylater (Studi Kasus Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya), STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, Pembimbing II: Dr. Fenny, S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari dampak gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* (Studi Kasus Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya). Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah para mahasiswa/i di STIE Eka Prasetya yang menggunakan shopee *paylater*. Populasi dalam penelitian ini adalah 127 mahasiswa/i di STIE Eka Prasetya. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling* dan berjumlah 96 mahasiswa/i STIE Eka Prasetya. Metode penelitian yang digunakan adalah teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner melalui tautan *Google Form* yang dilakukan secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian. Metode analisis yang digunakan untuk memecahkan masalah dan membuktikan hipotesis adalah analisis deskriptif dan analisis regresi. Analisis ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis melalui uji t dan uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi linier berganda **keputusan pembelian = $3.628 + 0.420$ gaya hidup + 0.358 kemudahan penggunaan + e**. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* dimana $t_{hitung} (5,861) > t_{tabel} (1,986)$, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* dimana $t_{hitung} (4,836) > t_{tabel} (1,986)$. Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (47,027) > F_{tabel} (3,09)$ yang berarti variabel bebas (gaya hidup dan kemudahan penggunaan) secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 50,3 % variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya sebesar 49,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain seperti keamanan, promosi, dan literasi keuangan.

Kata kunci: gaya hidup, kemudahan penggunaan, keputusan pembelian

ABSTRACT

Rina Ridara Sholeha, 201010141, 2024, *The Impact of Lifestyle and Ease of Use on Purchasing Decisions Using Shopee Paylater (Case Study of STIE Eka Prasetya College Students)*, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, advisor II: Dr. Fenny, S.E., M.M.

The purpose of this study is to determine how much influence the impact of lifestyle and ease of use on purchasing decisions using shopee paylater (Case Study of STIE Student Eka Prasetya). The research methodology used is a quantitative descriptive method, the unit of analysis in this study is the students at STIE Eka Prasetya who use shopee paylater. The population in this study was 127 students at STIE Eka Prasetya. The technique of determining the number of samples used in this study is Probability Sampling with Simple Random Sampling technique and totaling 96 students of STIE Eka Prasetya. The research method used is a data collection technique through the distribution of questionnaires through Google Form links which are carried out systematically in accordance with the research objectives. The analytical methods used to solve problems and prove hypotheses are descriptive analysis and regression analysis. This analysis includes validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis tests through t tests and F tests, and determination coefficient tests (R^2). From this analysis, multiple linear regression analysis of purchasing decision = $3.628 + 0.420 \text{ lifestyle} + 0.358 \text{ ease of use} + e$. The results of the t test show that lifestyle variables have a positive and significant effect on purchasing decisions using shopee paylater where $t_{\text{calculate}} (5,861) > t_{\text{table}} (1,986)$, ease of use variables have a positive and significant effect on purchasing decisions using shopee paylater where $t_{\text{calculate}} (4,836) > t_{\text{table}} (1,986)$. The results of the F test show that $F_{\text{calculate}} (47.027) > F_{\text{table}} (3.09)$ which means that the independent variable (lifestyle and ease of use) simultaneously affects the dependent variable (purchase decision). The results of the coefficient of determination (R^2) test showed that 50.3% of purchasing decision variables were influenced by lifestyle variables and ease of use, while the remaining 49.7% were influenced by other variables such as security, promotion, and financial literacy.

Keywords: ease of use, lifestyle, purchasing decision

MOTTO

“Dan Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(Q.S. al- Mujadalah/58:11)

“Apapun Agama, Ras, Suku dan Latar belakang kita tetap sama, berhak diperlakukan baik dan dapat hidup berdampingan dengan damai”

(Rina Ridara Sholeha)

“Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula).”

(QS. Ar-Rahman [55]: 60).

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk:

Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang
atas segala nikmat dan karunianya sehingga skripsi ini
dapat dikerjakan dengan lancar dan tepat waktu.

Mama dan Kakak yang tak henti-hentinya selalu mendoakan
dan memberikan semangat serta dukungan
Kepadaku, Terima kasih banyak.

Terkhusus untuk Almh. Kakak ku Olivia
Adek uda selesai kak kuliahnya
Lulus tepat waktu dengan nilai yg memuaskan,
bisalah buat kakak bangga disana hehe...

Terima kasih untuk Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, dan Ibu Dr. Fenny, S.E., M.M.,
Yang telah sabar membimbing serta memberikan arahan, masukan dan saran
sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Untuk seluruh sahabat ku Pika, Helen, Pia, Agus dan teman seperjuangan ku di kuliah
sahabat SMA Abdul, Ilmi dan Lidya kita juga lulus tahun ini pake toga bareng
dan juga crush ku yang senantiasa dengan sabar menyemangati ku
Alhamdulillah skripsi ini telah selesai.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN PERUBAHAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN REVISI PROPOSAL

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR.....v

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

MOTTO ix

PERSEMBAHAN x

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 12

1.3 Batasan Masalah 13

1.4 Rumusan Masalah 13

1.5 Tujuan Penelitian 13

1.6 Manfaat Penelitian 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori..... 15

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian 15

DAFTAR ISI

2.1.1.1	Pengertian Keputusan Pembelian	15
2.1.1.2	Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	16
2.1.1.3	Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.1.1.4	Indikator Keputusan Pembelian	21
2.1.2	Teori Gaya Hidup.....	22
2.1.2.1	Definisi Gaya Hidup.....	22
2.1.2.2	Jenis-jenis Gaya Hidup.....	23
2.1.2.3	Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	25
2.1.2.4	Indikator Gaya Hidup	27
2.1.3	Teori Kemudahan Penggunaan	28
2.1.3.1	Definisi Kemudahan Penggunaan	28
2.1.3.2	Faktor Kemudahan Penggunaan	30
2.1.3.4	Indikator Kemudahan Penggunaan	30
2.2	Penelitian Terdahulu	31
2.3	Kerangka Konseptual.....	33
2.4	Hipotesa	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	35
3.1.2	Waktu Penelitian.....	35
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.2.1	Jenis Data	35
3.2.2	Sumber Data	35
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi.....	36
3.3.2	Sampel.....	37
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6	Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.1	Uji Normalitas.....	42

3.7.2	Uji Multikolinieritas.....	44
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.8	Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.9	Uji Hipotesis	46
3.9.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	46
3.9.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	46
3.10	Koefisien Determinasi (R^2).....	47

DAFTAR ISI

BAB VI METODE PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum Penelitian	48
4.1.1	Sejarah Singkat STIE Eka Prasetya	48
4.1.2	Visi & Misi	49
4.1.2.1	Visi	49
4.1.2.2	Misi.....	49
4.1.3	Struktur Organisasi	50
4.1.4	Karakteristik Responden	57
4.1.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan ..	57
4.1.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.1.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Bekerja.....	58
4.1.4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan Lain	59
4.1.4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian	59
4.2	Uji Validitas dan Realibilitas	60
4.2.1	Uji Validitas	60
4.2.2	Uji Realibilitas.....	62
4.3	Hasil Penelitian	64
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.1.1	Uji Normalitas	64
4.3.1.2	Uji Multikolinieritas	68
4.3.1.2	Uji Heteroskedastisitas	69
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.3.3	Uji Hipotesis	72

4.3.3.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	72
4.3.3.2	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	74
4.3.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.3.5	Kontribusi Varibel.....	75
4.4	Pembahasan.....	78
4.4.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.4.2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.4.3	Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan pembelian.....	81
BAB V	KESIMPULAN, SARAN AKADEMIS DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran Akademis	83
5.3	Implikasi Manajerial	84
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1	Data Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya.....	37
Tabel 3. 2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 3. 3	Skala Likert	40
Tabel 4. 1	Tanggung Jawab Struktur Organisasi STIE Eka Pasetya	51
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan	57
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Bekerja.....	58
Tabel 4. 5	Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Lain	59
Tabel 4. 7	Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X1)	60
Tabel 4. 8	Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X2).....	61
Tabel 4. 9	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4. 10	Uji Reliabilitas Varibel Gaya Hidup (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Keputusan Pembelian (Y)	63
Tabel 4. 11	Uji t (Uji Secara Parsial)	73
Tabel 4. 12	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas.....	76
Tabel 4. 13	Nilai Koefisien Beta dan Kofisien Korelasi.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pengunjung Situs E-Commerce di Indonesia	2
Gambar 1. 2	Data Pembayaran Menggunakan Paylater September 2023	4
Gambar 1. 3	Penyedia Layanan Paylater Pada September 2023	5
Gambar 1. 4	Produk Yang Ditawarkan Shopee	8
Gambar 1. 5	Menu Aktivitas Spaylater.....	10
Gambar 2. 2	Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4. 1	Struktur Organisasi	50
Gambar 4. 2	Grafik Histrogram	66
Gambar 4. 3	Grafik Normal P-Plot	67
Gambar 4. 4	Uji Heteroskedastisitas.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisioner
Lampiran 2	Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 3	Hasil Analisis Data Validitas Gaya Hidup (X_1)
Lampiran 4	Hasil Analisis Data Reliabilitas Gaya Hidup (X_1)
Lampiran 5	Hasil Analisis Data Validitas Kemudahan Penggunaan (X_2)
Lampiran 6	Hasil Analisis Data Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X_2)
Lampiran 7	Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 8	Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)
Lampiran 9	Tabulasi Kuisioner Responden
Lampiran 10	Hasil Uji Normalitas
Lampiran 11	Hasil Uji Multikolinearitas
Lampiran 12	Hasil Uji Heterokedastisitas
Lampiran 13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Lampiran 14	Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi
Lampiran 16	Hasil Uji Korelasi Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keputusan Pembelian
Lampiran 17	Surat Izin Riset
Lampiran 18	Surat Balasan Riset
Lampiran 19	Fotocopy Bewarna Kartu Peserta Sempro

Lampiran 20 Fotocopy Bewarna Kartu Bimbingan

Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berevolusinya manusia membuat suatu perubahan dan perkembangan di dalam sektor perekonomian negara yang berkembang pesat seperti, munculnya bidang perdagangan secara elektronik. Di dalam transformasi pada bidang perdagangan elektronik membuat pola pergeseran pada pembelian dan pembayaran di dalam kehidupan masyarakat di era digital. Hal ini kemudian dimanfaatkan bagi para pemilik *e-commerce* untuk terus berkembang dan berinovasi demi menarik konsumen sehingga memutuskan melakukan transaksi pembelian dan pembayaran pada *e-commerce* tersebut.

Sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk dan melakukan transaksi pembayaran, pastinya konsumen melewati beberapa tahapan dan pilihan alternatif untuk memantapkan serta yakin untuk mengambil sebuah keputusan dengan pilihane-commerce yang akan digunakan. Keputusan pembelian yang tidak tepat akan berujung kepada penyesalan dikemudian harinyadan dapat merugikan diri sendiri serta orang lain. Akan tetapi, konsumen masih sering mengambil sebuah keputusan pembelian yang tidak tepat dengan tidak yakin akan apa yang telah dibeli setelah mengambil suatu keputusan. Selain itu, lambatnnya dalam memutuskan pembelian produk atau jasa juga membuat konsumen menjadi ragu dan akhirnya salah memilih dalam melakukan transaksi pembelian. Menurut

Sudaryono (2016) keputusan adalah suatu pemilihan alternatif. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan.

Keputusan pembelian ini bertujuan untuk memilih dari beragamnya pilihan *e-commerce* yang banyak bermunculan di Indonesia. Berikut merupakan jumlah pengunjung platform *e-commerce* yang ada di Indonesia pada masa periode September 2023 :

Gambar 1. 1
Pengunjung Situs E-Commerce di Indonesia



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/pengunjung-shopee-makin-banyak-bagaimana-e-commerce-lain>

Dari gambar diatas menerangkan bahwa posisi pertama ditempati oleh Shopee dengan jumlah pengunjung sebanyak 237 juta jiwa, diposisi kedua ditempati oleh Tokopedia dengan 88,9 juta jiwa, diposisi ketiga ditempati Lazada sebanyak 47,7 juta jiwa, posisi keempat ditempati oleh Blibli sebanyak 28,9 juta jiwa, dan diposisi kelima ditempati oleh Bukalapak sebanyak 11,2 juta jiwa.

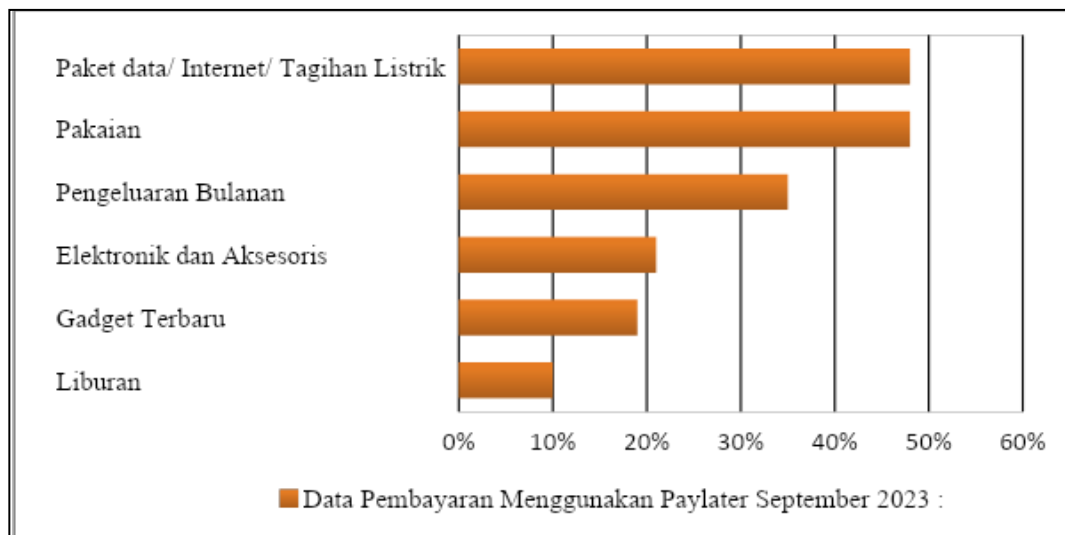
Shopee merupakan *e-commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak, menempati posisi pertama di Indonesia pada September tahun 2023 dan menjadi *e-commerce* terpopuler di Indonesia hingga saat ini dan terus melakukan perkembangan secara bertahap demi meningkatkan keputusan pembelian di tengah maraknya *e-commerce* yang lain.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan dari konsumen untuk memilih melakukan pembelian yang didorong oleh perilaku konsumen. Dimana terdapat alasan terbesar terjadinya perubahan pola perilaku pembelian dari pembelian secara langsung terjadi karena dasar kemudahan yang ditawarkan toko *online*, namun kendatinya banyak kemudahan yang ditawarkan masih terdapat faktor-faktor yang menjadi alasan beberapa pelanggan tidak memilih berbelanja *online*, diantaranya yaitu faktor resiko penipuan baik dari segi kualitas maupun sistem pembayaran (Farki, 2016).

Pada sistem pembayaran di masa sekarang menghadirkan sebuah trobosan baru yaitu munculnya dompet digital atau *e-wallet*. Menurut Aulia (2023) dengan hadirnya *e-wallet* membuat masyarakat tidak bisa terpisah dari penggunaan *e-wallet* untuk memenuhi kebutuhan serta gaya hidup. *E-wallet* telah digemari masyarakat sebagai alat transaksi elektronik yang digunakan pada saat berbelanja, *travelling*, transfer, memesan makanan tanpa harus menggunakan uang tunai. Salah satu fitur dari *e-wallet* yang sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat terutama generasi *milenial* adalah *paylater*. Adapun metode *paylater* yang biasa digunakan untuk memenuhi beberapa kebutuhan dan keinginan, antara lain:

Gambar 1. 2

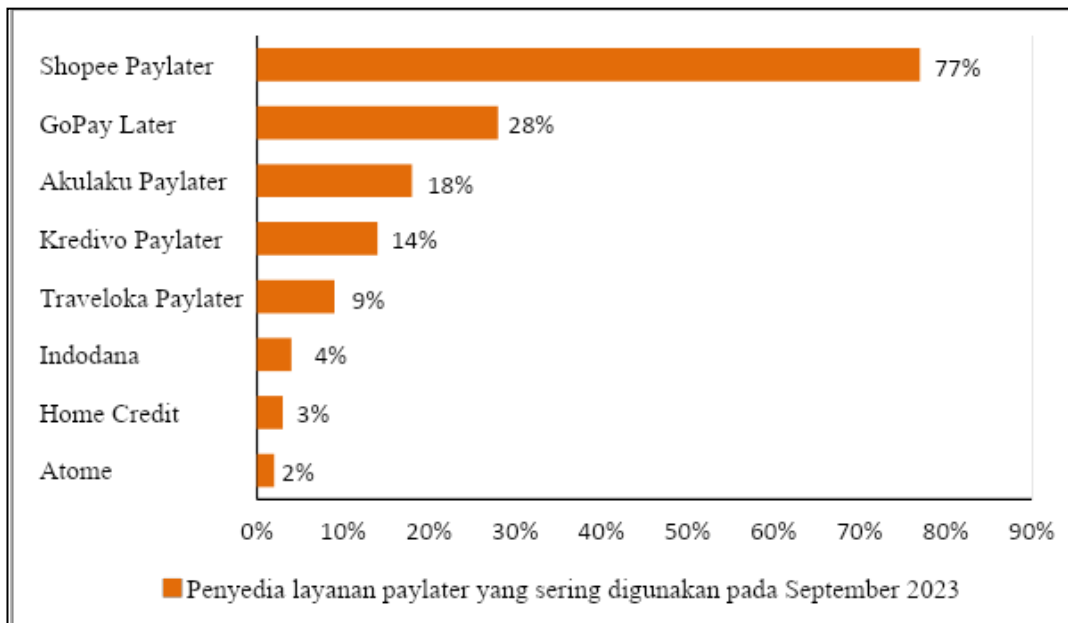
Data Pembayaran Menggunakan Paylater September 2023



Sumber: <https://finansial.bisnis.com/read/20231031/563/1709831/survei-populix>

Pada gambar diatas menjelaskan tentang pembayaran yang bisa dan sering digunakan untuk pilihan metode *paylater* seperti pada pembelian paket data/internet/listrik (48%), pakaian (baju, celana, sepatu, tas, dan lainnya) (48%), pengeluaran bulanan (35%), elektronik dan aksesoris (21%), gadget terbaru (19%), serta liburan (10%).

Paylater merupakan sebuah fenomena baru yang membuat para perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanan demi unggul dari para pesaingnya, hal ini dikarenakan semakin banyak munculnya layanan serupa yang dapat digunakan konsumen untuk melakukan proses pembayaran. Berikut data penyedia layanan *paylater* yang sering digunakan pada September 2023 :

Gambar 1. 3*Penyedia Layanan Paylater Pada September 2023*

Sumber: <https://finansial.bisnis.com/read/20231031/563/1709831/survei-populix>

Data diatas menjelaskan bahwa di posisi pertama penyedia layanan yang paling banyak digunakan pada masa September 2023 ialah *Shopee Paylater* dengan perolehan 77%, di posisi kedua ada *GoPay Later* dengan perolehan 28%, di posisi ketiga ada *Akulaku Paylater* dengan perolehan 18%, di posisi keempat ada *Kredivo Paylater* dengan perolehan 14%, di posisi kelima ada *Traveloka Paylater* 9%, di posisi keenam ada *Home Credit* dengan perolehan 3% dan diposisi ketujuh ada *Atome* dengan perolehan 2%. *Shopee Paylater* unggul jauh dari para pesaingnya dan mendapatkan label *Top Of Mind* karena masyarakat telah mengetahui dan mengenal layanan tersebut.

Shopee terus mengembangkan layanannya demi menjaga agar konsumen tetap memilih melakukan pembelian pada *e-commerce* tersebut dengan cara melakukan sebuah inovasi yang berupa transformasi pada pembayaran secara

digital yang dikenal sebagai *fintech* dan menjadikan *paylater* salah satu dari metode pembayarannya dengan slogan beli sekarang bayar nanti. Selain *paylater* Shopee juga mempunyai 13 pilihan ragam alternatif pembayaran lainnya seperti *ShopeePay*, *SeaBank* bayar instan, *COD (Cash On Delivery)*, *COD* cek dulu, transfer bank/*virtual account*, kartu debit/ kredit, cicilan kartu kredit, *BRI direct oneklik*, mitra Shopee, agen *BRI link*, *BNI* agen 46, *alfamart* dan *Indomaret*.

Memutuskan pembelian dengan menggunakan sistem *paylater* bisa menimbulkan dampak negatif bagi para penggunanya. Dimana ada anggapan bisa terjadi tingkat konsumtif yang tinggi karena terlena berbelanja menggunakan metode pembayaran secara kredit ketimbang menabungnya atau mempergunakan pendapatannya yang dimiliki untuk keperluan yang lebih bermanfaat dikemudian harinya. Apabila terjadi tunggakan pembayaran pada *paylater* maka akan menyebabkan catatan reputasi kredit yang buruk. Hal ini pastinya akan sangat merugikan di masa yang akan datang ketika ingin membuat pengajuan kredit yang sifatnya lebih penting seperti untuk properti, kendaraan dan peminjaman di bank. Semua proses ini akan melalui *BI checking* dan akan terlihat jelas lancar atau tidaknya pengguna tersebut dalam membayar tagihan *paylater*.

Pada dasarnya *paylater* bukan merupakan fitur untuk mendapatkan pendapatan tambahan melainkan sebagai alat bantu pembayaran yang bersifat sementara dan ada tenggat peminjamannya. Ada pula stigma masyarakat ketika memakai *paylater* yaitu membayar utang untuk menutupi utang lainnya karena sudah waktunya jatuh tempo tapi pendapatan dan kondisi keuangannya bisa saja

kurang membaik pada saat itu dan memaksa penggunanya untuk melakukan peminjaman lainnya.

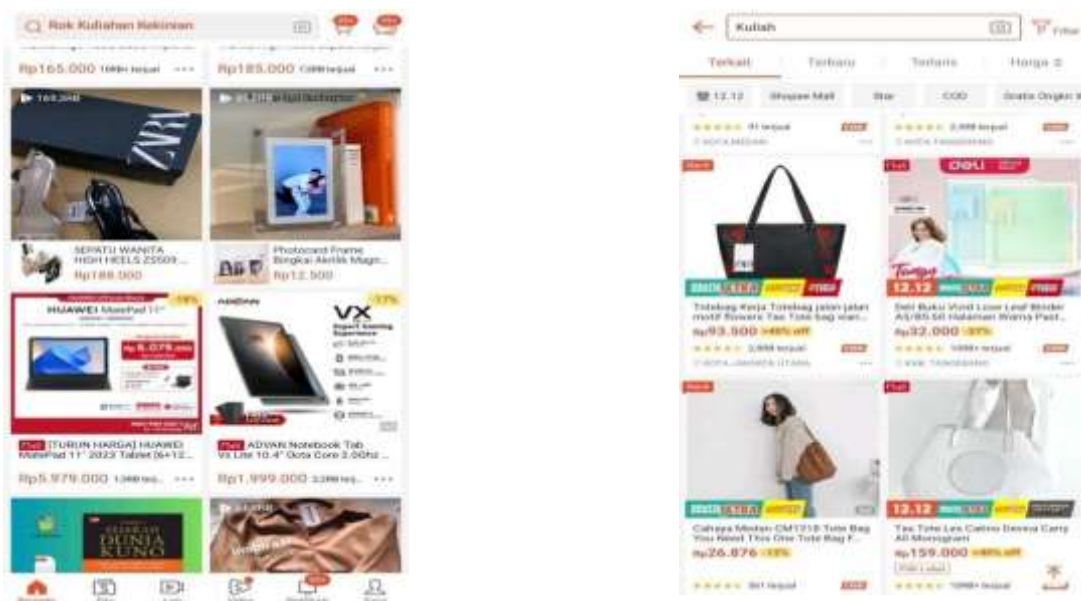
Prasurvey yang dilakukan di STIE Eka Prasetya untuk mengetahui jumlah pengguna dari shopee *paylater*. Hal ini merupakan upaya untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dari para mahasiswa/i angkatan 2021, 2022 dan 2023 terkait penggunaan shopee *paylater* sebagai metode pembayaran dalam berbelanja. Proses pelaksanaan pengumpulan data ini melalui *platform* daring *Google Form*. Tahapan pelaksanaannya dimulai dengan pembuatan kuisisioner menggunakan *Google Form* yang akan menghasilkan sebuah tautan yang nantinya akan di sebar. Untuk penyebarannya dibantu oleh pihak akademik dan para komisariss kelas. Tautan dari *Prasurvey* ini dikirim ke masing-masing grup kelas dan para mahasiswa/i diarahkan untuk mengisi kuisisioner dengan baik dan benar. Laporan akhir dari survei ini dapat digunakan untuk menjadi data pendukung yang dijadikan populasi dalam penelitian.

Gaya hidup diduga pula menjadi salah satu alasan yang menyebabkan konsumen untuk memutuskan akan membeli sesuatu produk menggunakan metode *paylater*. Menurut Setiadi (2021) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

Gaya hidup di era digital membawa perubahan pada pola konsumsi berbelanja yang beralih kepada *e-commerce*. Shopee banyak menawarkan

berbagai macam produk sesuai dengan semua keinginan dan kebutuhan konsumennya. Seperti pada gambar dibawah ini :

Gambar 1. 4
Produk Yang Ditawarkan Shopee



Sumber: Aplikasi Shopee (23 November 2023)

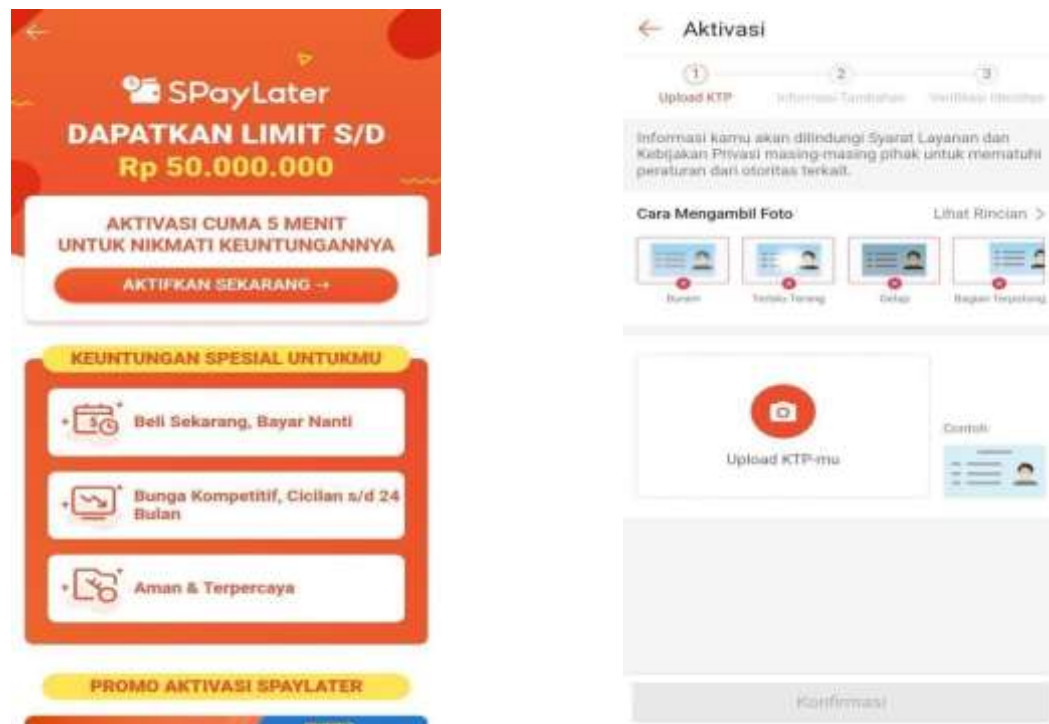
Pada gambar diatas menunjukkan bahwa Shopee menyediakan semua barang yang sesuai dengan keinginan konsumennya misalnya, di dalam dunia perkuliahan tersedia berbagai macam pilihan yang bisa menjadi referensi untuk memutuskan pembelian barang. Namun di sisi lain, tidak menutup kemungkinan jika fitur tersebut nantinya menjadi bumerang bagi penggunanya. Konsumen dapat mengisi waktu luang yang tidak efektif karena terlalu sibuk memilih barang yang akan dibeli didasari sebuah keinginan dan pendapat dari lingkungan sekitar mengenai barang yang akan dibeli nantinya. Selain itu *trend* yang disebabkan oleh globalisasi pada sosial media diduga dapat mendorong para konsumen untuk

berlomba-lomba mengikutinya dan menetapkannya sebagai gaya hidup, dimana terdapat pergesaran dalam budaya konsumsi untuk membeli sebuah produk yang tidak ada manfaatnya untuk konsumen. Hanya sekedar mengikuti *trending* (ramai diperbincangkan) yang biasanya terjadi pada dunia *fashion*, *make up*, *skincare*, alat elektronik dan aksesoris yang didukung dengan munculnya cuplikan video yang terdapat pada menu Shopee video yang bisa menjadi alternatif ketika sedang mencari sesuatu *e-commerce* tersebut.

Tuntutan gaya hidup yang tinggi dan cenderung terlalu mengikuti sebuah *trend* dan gengsi dapat membuat konsumen melakukan segala upaya untuk mendapatkan dengan mudah dan membuat tingkat keputusan pembelian menggunakan *paylater* meningkat. Hal ini bisa membuat tidak terkendalinya penggunaan *paylater* yang menyebabkan lonjakan pada pengeluaran konsumen. Pola gaya hidup seperti ini akan menimbulkan dampak negatif karena akan timbul sikap konsumtif dan pengelolaan keuangan yang tidak terkontrol.

Selain faktor gaya hidup diduga faktor kemudahan juga bisa membuat konsumen dapat menggunakan metode pembayaran melalui *paylater*. Menurut Agustiningrum dan Andjarwati (2021) kemudahan pengguna sistem dapat menjadi salah satu nilai penting untuk menentukan keputusan, dikarenakan konsumen lebih nyaman menggunakan sistem yang lebih mudah dan lebih praktis. Sebelum memakai metode ini para pengguna diwajibkan untuk melakukan registrasi yang digolongkan cukup mudah dengan melalui aplikasi Shopee untuk mengaktivasi dengan cara mencari menu pada beranda Shopee dan temukan pilihan *SPaylater* kemudian akan muncul seperti pada gambar berikut:

Gambar 1. 5
Menu Aktivitas Spaylater



Sumber: Aplikasi Shopee (23 November 2023)

Dari gambar diatas menunjukan tahapan untuk mengaktivasi dengan cara mengklik aktifkan sekarang, lalu upload KTP, mengisi informasi tambahan dan tahap terakhir dengan verifikasi identitas yaitu swafoto bersama. Langkah pengaktifanya cukup mudah bisa dimana saja hanya dengan KTP tanpa persyaratan lainnya. Di sisi lain ada anggapan bahwa lebih mudah membayar langsung tanpa harus memikirkan cicilan *paylater* yang nantinya akan dibayar dikemudian hari.

Bagi yang sudah menggunakan fitur ini dan sering memakainya bisa menyebabkan tidak terkontrolnya pada saat pembelian barang, karena dengan

mudah mengakses fitur tanpa memikirkan kondisi keuangan pada saat membeli. Hal ini mengakibatkan membengkaknya tagihan yang akan dibayar selanjutnya. Selain itu kemudahan yang ditawarkan dalam metode pembayaran menggunakan *Spaylater* membuat konsumen bisa mengambil keputusan dengan cepat dan bisa menimbulkan pembelian yang tidak semestinya atau keputusan yang tidak tepat. Tujuan utama terciptanya *paylater* untuk mempermudah dan meringankan pembayaran pada pembelian secara *online*. Pengambilan keputusan yang cepat oleh konsumen diduga dapat membuat penyalahgunaan pada sistem *paylater*.

Pada dasarnya apapun akibat yang dapat ditimbulkan dikemudian hari, konsumen lebih memilih alternatif dalam pengambilan keputusan yang cepat dan praktis ditengah-tengah kehidupan modren yang sedang dijalani, sehingga bisa meringkan aktivitasnya. Tidak terkecuali bagi kalangan generasi muda yaitu para mahasiswa/i yang menginginkan sebuah trobosan baru dan menjadikan *e-commerce* sebagai pilihan berbelanja secara online dengan segala berbagai macam fitur yang ditawarkan dan muncul nya *e-wallet* untuk mempermudah pembayarannya.

Peluang ini tentunya dimanfaatkan juga oleh para mahasiswa/i STIE Eka Prasetya yang mayoritas tengah bekerja. Ditengah-tengah kesibukan jadwal yang padat pastinya para mahasiswa/i mencari jalan alternatif yang efisien dan efektif dan beralih dengan melakukan pembelian *online*. Belum lagi *smartphone* telah menjadi alat penting dan yang paling sering digunakan untuk kegiatan sehari-harinya. Keterbatasan keuangan yang dimiliki juga menjadi pilihan dalam menggunakan *paylater*. Belum lagi sudah terlena dengan kemudahan yang ditawarkan oleh Shopee dalam metode pembayaran *paylater* membuat para

mahasiswa/i bisa kehilangan arah atau tidak terkontrolnya dalam memutuskan dalam berbelanja *online* dan bisa terjadi penunggakan dalam pembayaran tagihan tersebut.

Bedasarkan dari uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana mahasiswa/i di STIE Eka Prasetya dalam memutuskan berbelanja online menggunakan metode Shopee *Paylater* dengan segala dampak yang ada dengan judul **“Dampak Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Kasus Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disinyalir Keputusan pembelian disebabkan oleh :

1. Tuntutan gaya hidup yang tinggi, seperti mengikuti *trend* dan gengsi dapat meningkatkan pengambilan keputusan pembelian dengan cepat menggunakan *paylater* sehingga membuat tidak terkendalinya penggunaan *paylater* yang menyebabkan lonjakan pada pengeluaran konsumen.
2. Sistem *paylater* dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan segala kebutuhan dan keinginanya sehingga bisa menimbulkan rasa ketergantungan serta keputusan pembelian yang tidak tepat dan tidak bermanfaat.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, sumber daya, kemampuan dana serta waktu maka dari pada itu, penulis membatasi masalahnya pada ruang lingkup variabel gaya hidup (X_1) dan kemudahan penggunaan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), objek penelitian ini merupakan mahasiswa/i dari STIE Eka Prasetya yang menggunakan shopee *paylater*.

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ditelah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada dampak gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*?
2. Apakah ada dampak kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*?
3. Apakah ada dampak gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*?

1.5 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini merupakan:

1. Untuk melihat dampak gaya hidup terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*.
2. Untuk melihat dampak kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*.
3. Untuk melihat dampak gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan antara lain sebagai berikut:

1. Aspek Praktis
Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan oleh para konsumen dalam membuat keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*.
2. Aspek Teoritis
Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa dan mahasiswi khususnya jurusan manajemen mengenai variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keputusan Pembelian

2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Pada suatu aktivitas pembelian para konsumen dihadapkan dengan beberapa pilihan alternatif dalam memutuskan akan membeli suatu produk dengan menetapkan pilihan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dari berbagai pilihan alternatif yang ditawarkan.

Menurut Sudaryono (2016) keputusan pembelian yaitu seseorang yang mengambil keputusan mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang tersedia. Hal ini sesuai dengan pendapat Sumarwan (2011) suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif seseorang. Pendapat lainnya menurut Rahayu (2015) keputusan membeli merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Definisi lainnya dari Ilmiyah (2020) keputusan pembelian adalah respon dimana konsumen mengenali suatu masalah, mencari sebuah informasi, mengevaluasi sebuah alternatif, memutuskan membeli dan tindakan atau perilaku setelah membeli. Sedangkan menurut Widiyanto (2015) keputusan pembelian

online merupakan suatu tindakan konsumen dalam melakukan sebuah keputusan dalam berbelanja online. Rangkaian langkah-langkahnya dimulai dari dengan kesadaran akan kebutuhan, kemudian pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan untuk membeli dan terakhir, perilaku pasca pembelian yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan *e-commerce*.

Berdasarkan pada pendapat ahli yang diatas, peneliti menyimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan sebuah proses atau tahapan terpenting pada saat melakukan sebuah pembelian, dimana terdapat sebuah evaluasi untuk mencari informasi dan alternatif mengenai suatu barang yang akan dibeli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang.

2.1.1.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian didasari oleh bagaimana perilaku si konsumen tersebut. Menurut Kotler (2017), faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen terbagi atas empat faktor yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

a. Faktor Budaya (*Culture Factor*)

Faktor budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih menampakkan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Faktor budaya terdiri dari budaya (*culture*) itu sendiri dan sub-budaya (*sub-culture*):

1. Budaya (*Culture*)

Budaya adalah merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Pemasar benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya

disetiap negara untuk memahami cara terbaik dalam memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru.

2. Sub-Budaya (*Sub-Culture*)

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub-budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Ketika sub-kultur menjadi besar dan cukup makmur maka perusahaan sering merancang program pemasaran secara khusus untuk melayani mereka.

3. Kelas Sosial

Pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku serupa.

b. Faktor Sosial (*Social Factor*)

Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga (*family*) serta peran sosial dan status (*role and status*) turut memengaruhi dalam perilaku pembelian. Dibawah ini dijelaskan mengenai ketiga kelompok tersebut yaitu mengenai kelompok acuan, keluarga, peran dan status.

1. Kelompok Acuan

Seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok referensi akan

memengaruhi anggota setidaknya dengan tiga cara. Mereka akan memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang kemudian mereka memengaruhi sikap dan konsep diri serta mereka akan menciptakan tekanan kenyamanan yang dapat memengaruhi pilihan produk dan merek. Jika pengaruh kelompok referensi kuat, maka pemasar harus menentukan cara untuk menjangkau dan memengaruhi pemimpin opini kelompok.

2. Keluarga (*Family*)

Adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Ada dua keluarga dalam kehidupan konsumen, pertama adalah keluarga orientasi (*family of orientation*) yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung sedangkan yang kedua adalah keluarga prokreasi (*family of procreation*) yaitu pasangan dan anak-anak.

3. Peran dan Status (*Role and Status*)

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok, klub dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu dalam mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam setiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran (*role*) terdiri dari kegiatan yang diharapkan akan dapat dilakukan seseorang dan setiap peran menyandang status.

c. Faktor Pribadi (*Personal Factor*)

Keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi ini terdiri dari:

1. Usia dan Tahap Siklus Hidup (*Age and Life Cycle Stage*)

Konsumen akan membeli barang atau jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Konsumen juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga, orang dewasa dan kemudian akan mengalami perjalanan dan perubahan sepanjang hidupnya. Pemasar akan memberikan perhatian yang besar kepada perubahan siklus hidup karena berpengaruh pada perilaku konsumen.

2. Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi (*Economic Situation*)

Pekerjaan juga akan memengaruhi pola konsumsi konsumen. Pemasar akan berusaha untuk mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan menghantarkan produk khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu. Pilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang.

3. Kepribadian dan Konsep Diri (*Personality and Self-Concept*)

Setiap konsumen mempunyai karakteristik pribadi yang memengaruhi perilaku pembeliannya. Yang dimaksud dengan kepribadian (*personality*) adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan

tahan lama terhadap rangsangan lingkungan (termasuk perilaku pembelian).

4. Gaya hidup (*Life Style*)

Perilaku konsumen sub-budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin akan mempunyai gaya hidup yang cukup berbeda. Sebagian gaya hidup akan terbentuk oleh keterbatasan uang atau keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen. Perusahaan yang mempunyai tujuan melayani konsumen dengan keuangan terbatas akan menciptakan produk dan jasa yang murah.

2.1.1.3 Proses Keputusan Pembelian

Ada beberapa tahapan atau proses sebelum menentukan keputusan dalam pembelian, menurut Kotler (2017) lima tahapan yang dilalui konsumen dalam mengambil sebuah keputusan :

1. Pengenalan Masalah

Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara yang nyata dan yang diinginkan. Kebutuhan ini disebabkan karena adanya rangsangan internal maupun eksternal.

2. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang terdorong kebutuhannya mungkin, atau mungkin juga tidak, mencari informasi lebih lanjut. Jika dorongan konsumen kuat dan produk itu berada di dekatnya, mungkin konsumen langsung membelinya. Jika tidak, kebutuhan konsumen ini hanya menjadi ingatan saja.

3. Evaluasi Alternatif

Konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan terakhir. Pertama, kita melihat bahwa konsumen mempunyai kebutuhan. Konsumen mencari manfaat tertentu dan selanjutnya melihat kepada atribut produk. Konsumen memberikan bobot yang berbeda untuk setiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya.

4. Keputusan pembelian

Pada tahap evaluasi, konsumen menyusun merek-merek dalam himpunan pilihan serta membentuk niat pembelian. Biasanya konsumen memilih merek yang disukai. Tetapi ada pula faktor yang mempengaruhi seperti sikap orang lain dan faktor-faktor keadaan yang tidak terduga.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk, konsumen mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan dan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya dalam melakukan pembelian ulang produk tersebut.

2.1.1.4 Indikator Keputusan Pembelian

Penelitian ini menggunakan tiga indikator untuk menentukan dan mengukur keputusan pembelian yang diambil dari pendapat dari Widiyanto (2015) yaitu :

1. Mantap atas keputusan

Pengambilan keputusan yang kukuh dalam pendirian tidak bimbang agar nantinya tidak menyulitkan diri sendiri dan orang lain.

2. Cepat dalam memutuskan

Dilihat dari konsumen cepat dan tidak bertele-tele dalam memutuskan pembelian produk.

3. Yakin keputusan tepat

Tindakan atau keputusan yang dilakukan secara yakin tanpa banyak keraguan dalam memutuskan membeli barang.

2.1.2 Teori Gaya Hidup

2.1.2.1 Definisi Gaya Hidup

Gaya hidup menjelaskan tentang tindakan seseorang dalam menjalankan aktifitasnya sehari-hari dengan menghabiskan waktu dan kegiatan yang disukai. Menurut Setiadi (2021) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga duniadi sekitarnya (pendapat).Pendapat ini didukung pula oleh Sumarwan 2011) gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Utami, 2018) gaya hidup merujuk pada bagaimana seorang individu menggunakan uang dan waktu yang dimiliki untuk melakukan sesuatu dalam upaya mencapai suatu tujuan tertentu.

Pendapat lainnyamenurut Rahayu et al. (2015) gaya hidup adalah pola seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan. Sedangkan menurut Sudiro (2022)

gaya hidup diidentifikasi berdasarkan cara pandang individu yang direpresentasikan melalui aktivitas dan minat yang pilih, seperti hobi dan pekerjaan.

Berdasarkan pada pendapat ahli yang diatas, peneliti menyimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu pola tindakan dalam menjalani aktivitas sehari-hari untuk menghabiskan waktu dan uang sesuai dengan minat yang dipengaruhi oleh lingkungan yang berkaitan dengan perkembangan masa.

2.1.2.2 Jenis-jenis Gaya Hidup

Gaya hidup konsumen terdiri dari berbagai macam jenis yang berbeda-beda. Menurut Priansa (2021) secara umum jenis gaya hidup terdiri dari gaya hidup mandiri, gaya hidup modern, gaya hidup sehat, gaya hidup hedonis, gaya hidup hemat, dan gaya hidup bebas.

1. Gaya hidup Mandiri

Gaya hidup ini biasanya mampu terlepas dari budaya konsumerisme, karena konsumen tersebut menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta mampu berfikir inovatif dan kreatif dalam menunjang kemandiriannya tersebut. Konsumen ini menyukai jenis produk yang menggambarkan kemandiriannya ditengah-tengah masyarakat.

2. Gaya hidup *Modern*

Gaya hidup *modern* erat kaitannya dengan gaya hidup digital. Gaya hidup digital merupakan gambaran dari gaya hidup *modern*, dimana konsumen dalam kehidupannya sarat akan penggunaan teknologi dan informasi digital. Konsumen ini menyukai dengan adanya teknologi baru dan harga bukan

merupakan pertimbangan utama demi memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

3. Gaya hidup sehat

Gaya hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan, dan lingkungan yang sehat nantinya akan menghasilkan yang baik dan positif. Konsumen jenis ini menyukai peralatan kebugaran dan olahraga, serta kritis dalam memilih makanan dan mengkonsumsi makanan sehat.

4. Gaya hidup hedonis

Adalah suatu pola hidup yang beraktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenangi, serta menjadi pusat perhatian. Konsumen ini telah menjadi sebuah *trend* terbaru di dalam kehidupan anak muda.

5. Gaya hidup hemat

Merupakan gaya hidup konsumen yang mampu berpikir secara ketat terkait dengan pengelolaan keuangan yang dilakukan. Sebelum mengkonsumsi produk akan membandingkan harga terlebih dahulu di tempat lain, karena ada anggapan bahwa selisih harga itu penting. Konsumen ini mampu memprioritaskan produk yang akan dikonsumsi dan dapat menunda konsumsi yang lainnya.

6. Gaya hidup bebas

Gaya hidup ini sedang marak dikalangan anak muda karena sebagai anggapan pilihan kehidupan dimasa dewasa. Dimana gaya hidup ini

mengikuti sebuah arus perkembangan zaman yang sedang *update*, seperti mencontoh pola kehidupan berbudaya barat dengan pakaian terbuka, tinggal dan hidup bersama dengan pasangan yang tidak ada ikatan pernikahan yang sakral, bergaul tanpa adanya batasan dan cenderung kehidupan bebas di daerah perkotaan. Tipe konsumen ini biasanya menampilkan diri sebagai konsumen yang rendah dalam menggunakan kemampuan kognitifnya.

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup ada sangat banyak, namun secara umum menurut Priansa (2021) terbagi ke dalam dua faktor internal dan eksternal, antara lain sebagai berikut :

a. Faktor Internal

Sebuah faktor yang berasal dari dalam diri konsumen yang terdiri dalam sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.

1. Sikap

Sikap merupakan kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari cara berpikir dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberi tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku.

2. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku seseorang sehingga dapat membentung pandangan terhadap suatu objek.

3. Kepribadian

Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4. Konsep diri

Faktor yang mempengaruhi hubungan antara konsep diri konsumen dengan citra merek. Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan yang terjadi.

5. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *pretise*. Jika kebutuhan terhadap *pretise* lebih besar maka akan cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi yang diterima untuk membentuk suatu gambar mengenai informasi tersebut.

b. Faktor Eksternal

Merupakan faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumen dari luar diri konsumen tersebut seperti kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

1. Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen.

2. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3. Kelas sosial

Kelas sosial merupakan sebuah kelompok yang relatif homogen bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota yang memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam pembagian kelas dalam masyarakat yaitu kedudukan (status) dan peranan.

4. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat.

2.1.2.4 Indikator Gaya Hidup

Penelitian ini menggunakan tiga indikator untuk menentukan dan mengukur gaya hidup. Menurut Sumarwan (2011) tahap pengukuran dari gaya hidup dengan metode AIO (*Activities, Interest dan Opinion*) antara lain :

1. *Activity* (aktivitas)

Merupakan cara orang dalam mempergunakan waktu yang berwujud tindakan yang nyata yang dapat diamati seperti hobby, bercakap-cakap,

belanja, berpergian, kegiatan sosial, hiburan, dan olahraga. Pengukuran ini ditunjukkan kepada alasan-alasan mengapa melakukan aktivitas tersebut.

2. *Interest* (minat)

Tingkat kesenangan yang timbul secara khusus dan membuat orang tersebut memperhatikan terhadap objek, peristiwa atau topik tertentu.

3. *Opinion* (opini) atau pendapat

Tanggapan atau respon seseorang secara lisan atau tulisan terhadap stimulus yang muncul. Stimulus atau situasi tersebut dapat berupa isu sosial, produk masa yang akan datang, komunitas, olahraga, atau hiburan.

2.1.3 Teori Kemudahan Penggunaan

2.1.3.1 Definisi Kemudahan Penggunaan

Kemudahan dalam penggunaan teknologi merupakan sebuah penentu untuk konsumen dalam menggunakan teknologi tersebut. Menurut Ilmiyah dan Krishnawan (2020) kemudahan adalah tolok ukur kepercayaan dimana teknologi atau situs mudah digunakan dan bebas dari usaha yang dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen bertransaksi *online*. Sedangkan menurut Anggraeni (2015) bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seseorang bebas dari upaya. Pendapat lainnya menurut Agustiningrum dan Andjarwati (2021) kemudahan pengguna sistem dapat menjadi salah satu nilai penting untuk menentukan keputusan, dikarenakan konsumen lebih nyaman menggunakan sistem yang lebih

mudah dan lebih praktis. Konsumen mendapatkan yang diinginkan dengan mudah karena pada saat ini dapat membeli dan didukung dengan pembayaran yang mudah dan praktis.

Sedangkan menurut Setiawan (2023) *the convince received by users refres to the perception of the Fintech application interface to the ease of accessing applications from multiple devices*. Artinya kemudahan yang diterima oleh pengguna mengacu pada persepsi antarmuka aplikasi *Fintech* hingga kemudahan mengakses aplikasi dari beberapa perangkat. Hal ini sejalan dengan pendapat lainnya yaitu menurut Badir (2020) *ease means having no difficult or does not need hard effort when using technology. The refers ease of use of things technology refers to the individual belief that information technology systems can facilitate their activities without much effort*. Artinya kemudahan berarti tidak mengalami kesulitan atau tidak perlu usaha keras saat menggunakan teknologi. Kemudahan penggunaan teknologi ini mengacu pada keyakinan individu bahwa informasi sistem teknologi dapat memfasilitasi kegiatan mereka tanpa banyak usaha.

Bedasarkan pada pendapat ahli yang diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kemudahan adalah suatu penggunaan sistem teknologi yang mudah dan tidak diperlukan usaha untuk dipakai oleh konsumen saat melakukan transaksi secara *online*.

2.1.3.2 Faktor Kemudahan Penggunaan

Terdapat beberapa faktor penentu kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi. Menurut Istiarni (2022) menguraikan kemudahan menggunakan teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

1. Faktor pertama berfokus kepada teknologi itu sendiri, dimana suatu teknologi yang dikatakan baik untuk digunakan secara terusmenerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya.
2. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan teknologi tersebut.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif

2.1.3.4 Indikator Kemudahan Penggunaan

Pada pengukuran kemudahan, menurut Badir (2020) ada tiga indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, yaitu:

1. Sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)

Pada penggunaan sistemnya sangat jelas dan mudah dimengerti untuk dioperasikan. Maksudnya disini sebagai sebuah prosedur sistem pemakaian

teknologi yang nantinya akan sangat membantu para pengguna untuk memakainya.

2. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut (*does not require a lot of mental effort*).

Tidak terlibatnya teknologi yang lain, sehingga berfokus pada sistem yang sedang dipakai. Tidak ada peralihan sistem sehingga tidak menyulitkan pada saat digunakan.

3. Sistem mudah digunakan (*easy to use*).

Maksudnya adalah sebuah sistem yang dengan mudah digunakan pada saat ingin dipakai tidak merepotkan dan menyulitkan para pengguna sehingga diharapkan dapat membantu kegiatan sehari-hari.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa dari tinjauan penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian :

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Fanny Aggraraeny Putri dan Sri Setyo Iriani (2020) Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Vol. 8 No. 3 ISSN (Online) : 2549-192X Surabaya, Jawa Timur	Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan pembelian Menggunakan Pinjaman Online ShopeePaylater	Independen X1= Kepercayaan X2= Kemudahan Dependen Y= Keputusan pembelian	Hasil menunjukan bahwa kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan sehingga memberikan sasaran yang tepat untuk meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen untuk melakukan transaksi yang berpengaruh terhadap Keputusan pembelian

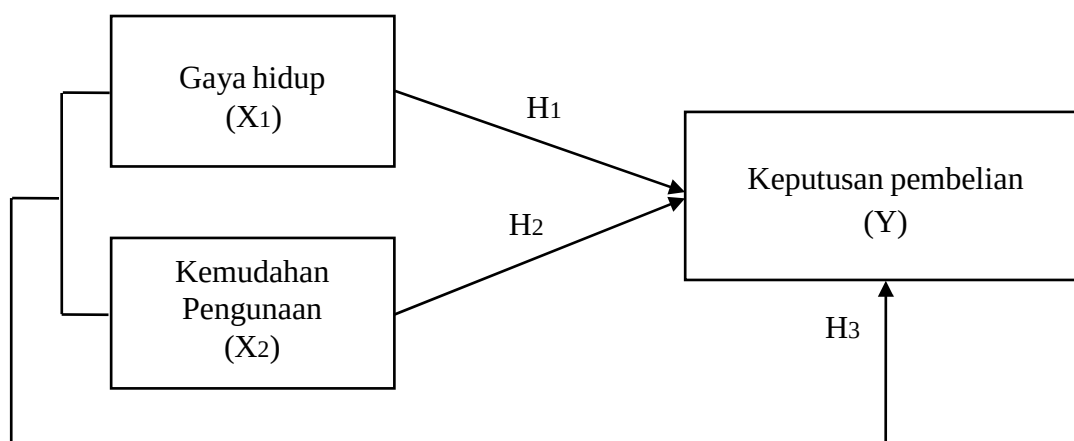
No	Penelitian(Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
2	Sri Rahayu, Silvia Bonita (2015) Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 13 No. 3 ISSN : 2685-0885 Palembang, Sumatera Selatan	Pengaruh Gaya hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan pembelian Secara Online Di Kota Palembang	Independen X1= Gaya hidup X2= Persepsi Dependen Y= Keputusan pembelian	menggunakan ShopeePaylater. Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Gaya hidup dan Persepsi Mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian secara Online Di Kota Palembang
3	Bintang Jalaseno Anoraga dan Sri Setno Iriani (2018) Jurnal Ilmu Manajemen– Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya Vol. 6 No. 2 ISSN (Online) : 2549 – 7790	Gaya hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy	Independen X1= Gaya hidup X2= Kelompok Acuan Dependen Y= Keputusan pembelian	Hasil menunjukkan secara parsial maupun simultan Gaya hidup dan Kelompok Acuan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Smartphone Merek Samsung Galaxy
4	Surabaya, Jawa Timur Rr Dyah Eko Setyowati (2022) <i>International Journal of Artifical Intelegence Research</i> Vol. 6, No. 1 Jakarta Barat, DKI Jakarta	<i>The Influence of Lifestyle and Consumer Attitudes on Purchase Decisions through Customer Satisfaction at Cafe Brogul Makassar</i>	IndependenX 1= <i>Lifestyle</i> X2= <i>Consumer Attitudes</i> Dependen Y1= <i>Purchase Decisions</i> Y2= <i>Customer Satisfaction</i>	Adanya pengaruh pada <i>Lifestyle</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Purchase Decisions</i> di Cafe Brogul Makassar. Semakin besar <i>Customer Satisfaction</i> maka semakin besar pula <i>Purchase Decisions</i> nya.
5	Meilaty Finthariasari, Ratnawili, Nurman Halim (2022) Jurnal Ekombis Review Vol. 10, No. 2 Kota Bengkulu, Bengkulu	<i>Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorses, And Brand Image</i>	Independen X1= <i>Life Style</i> X2= <i>Celebrity Endorses</i> X3= <i>Brand Image</i>	Hasil menunjukkan bahwa <i>Life Style</i> , <i>Celebrity Endorses</i> , And <i>Brand Image</i> berpengaruh positif, dan signifikan sebagian dan secara bersamaan terhadap <i>Purchasing Decisions</i> untuk penggunaan produk olahraga merek Adidas di

No	Penelitian(Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
			Dependen Y= <i>Purchasing Decisions</i>	Gading Kecamatan Cempakata, Kota Bengkulu.
6	Vivian Angel, Moses Natadirja, Innocentius Benarto (2021) Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik) Vol. 12, No. 3 Bogor, Indonesia	<i>Effect of eWOM, Ease of Use, Trust on Purchase Decision (Case Study on Blibli.com)</i>	Independen X1= <i>eWOM</i> X2= <i>Ease of Use</i> X3= <i>Trust</i> Dependen Y= <i>Purchase</i>	Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif pada <i>of eWOM, Ease of Use, Trust</i> terhadap <i>Purchase Decisions.</i>

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka berpikir sangat diperlukan argumentasi ilmiah yang dipilih dari teori-teori yang relevan atau saling terkait. Agar argumentasi dapat diterima, maka kerangka berpikir harus disusun secara logis. Kerangka berpikir ini merupakan buatan peneliti sendiri, bukan dari buatan orang lain. Berikut kerangka konseptual yang akan digunakan dalam penelitian yaitu:

Gambar 2. 2
Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesa

Hipotesa adalah sebuah dugaan yang menurut Sugiyono (2022) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang diajukan, maka titik tolak untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan masalah dan kerangka berpikir. Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H1 : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode shopee *paylater*
- H2 : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode shopee *paylater*
- H3 : Terdapat pengaruh gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode shopee *paylater*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dilakukannya penelitian adalah STIE Eka Prasetya yang beralamatkan di Jl. Merapi No. 8 Medan, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai dari bulan Maret sampai dengan April 2024.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2022) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data berdasarkan dengan sumbernya. Menurut Sugiyono (2022) terdapat dua jenis pengumpulan data berdasarkan dengan sumbernya yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data-data dan informasi yang diperlukan dengan cara membaca buku, jurnal, artikel, data dari internet, skripsi maupun tesis penelitian yang sebelumnya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan sebuah jumlah dari keseluruhan objek yang terdapat pada suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2022) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dari penelitian ini diambil berdasarkan hasil dari *prasurvey* yang berisi kuisisioner dan disebar melalui tautan *Google Form*. Penyebarannya di bantu oleh bagian Akademik dan para komisariss kelas dari angkatan 2021 hingga 2023 yang disebar di grup kelas untuk mengetahui jumlah dari pengguna *Shopee Paylater*. Adapun hasilnya sebagai berikut :

Tabel 3. 1*Data Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya*

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa/i
1	2021	51
2	2022	19
3	2023	57
Total		127

Sumber : STIE Eka Prasetya

Dari data tabel diatas, populasi penelitian yang akan digunakan adalah para mahasiswa/i dari STIE Eka Prasetya yang menggunakan *Shopee Paylater* sebanyak 127 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitan merupakan sebagian atau yang dapat mewakili populasi menurut Sugiyono (2022) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah populasi yang didapat dari hasil *pra-survey* dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i yang menggunakan *SPaylater* sebanyak 127 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n	=	Jumlah sampel
N	=	Jumlah Populasi
e	=	Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 5%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{127}{1 + (127)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{127}{1,317}$$

$$n = 96,4$$

$$n = 96$$

Bedasarkan hasil yang diperoleh, jumlah sampel sebanyak 96 mahasiswa/i. Sampel diambil dengan menggunakan *Probability Sampling* yaitu sebuah teknik pengambilan sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan (Sugiyono, 2022) dengan teknik *Simple Random Sampling* yaitu secara sederhana pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak (Sugiyono, 2022).

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional memberikan sebuah penjelasan atau pengertian terhadap variabel yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2022), definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut ini adalah beberapa definisi

operasional variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 2

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Gaya hidup (X1)	Gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. (Sumarwan ,2011)	1. <i>Activities</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Opinion</i> (Sumarwan, 2011)	Skala <i>Likert</i>
Kemudahan (X2)	<i>Ease means having no difficult or does not need hard effort when using technology. The refers ease of use of things technology refers to the individual belief that information technology systems can facilitate their activities without much effort.</i> (Badir, 2020)	1. Sistem jelas dan mudah dimengerti (<i>clear and understandable</i>) 2. Tidak membutuhkan banyak usaha untuk menggunakan sistem tersebut (<i>does not require a lot of mental effort</i>). 3. Sistem mudah digunakan (<i>easy to use</i>). (Badir, 2020)	Skala <i>Likert</i>
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian <i>online</i> merupakan suatu tindakan konsumen dalam melakukan sebuah keputusan dalam berbelanja <i>online</i> . (Widiyanto, 2015)	1. Mantap atas keputusan 2. Cepat dalam memutuskan 3. Yakin keputusan tepat (Widiyanto, 2015)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian, dapat dilakukan dengan beberapa teknik pengumpulan sebagai berikut :

1. Melalui pengisian kuesioner atau angket.

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan ataupun pernyataan kepada pihak yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala Likert dalam Sugiyono, (2022) dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Materi kuesioner meliputi pertanyaan atau pernyataan yang berkenaan dengan keadaan objek yang berkaitan dengan variabel penelitian. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak untuk menyusun item-item instrumen dengan menggunakan beberapa butir pernyataan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik butir pilihan sebagai berikut ini:

Tabel 3. 3
Skala Likert

No.	Pilihan	Skala Nilai
1.	Setuju Sekali	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-Ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, 2022

2. Metode kepustakaan

Dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Dalam penyajian data peneliti menyajikannya dalam berbentuk tabel yang dapat menjelaskan hasil dari penelitian yang diuji seperti pada hasil perhitungan melalui uji validitas. Menurut Priyatno (2018), pengujian validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengujian ini melanjutkan dari uji validitas, Menurut Priyanto (2018), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Sugiyono (2022), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

- 1 *Cronbach's alpha* 0,0-0,199 = reliabilitas sangat rendah
- 2 *Cronbach's alpha* 0,2-0,399 = reliabilitas rendah
- 3 *Cronbach's alpha* 0,4-0,599 = reliabilitas cukup
- 4 *Cronbach's alpha* 0,6-0,799 = reliabilitas kuat
- 5 *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas sangat kuat

3.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian memungkinkan akan muncul masalah dalam dalam analisis regresi. Menurut Priyatno (2018) model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linier antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Histogram, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

1 Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*.

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

b. Output *Normal Probability Plot of Regression*

Output *Normal Probability Plot of Regression* menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

2 Uji statistik

Uji statistik normalitas residual dapat dilakukan dengan uji statistik non parametik *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Menurut Priyatno (2018), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini kriteria pengujiannya:

- a. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka data tidak berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Menurut Priyatno (2018), multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
 2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.
- Menurut Priyatno (2018), metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Selanjutnya dengan menggunakan uji heteroskedastisitas menurut Priyatno (2018), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dapat dilihat dengan:

1. Melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi

Dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplots* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya). Pada metode ini, kriteria dalam penilaian jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas). Akan tetapi apabila pola titiknya menyebar dan membuat pola tidak tertentu maka tidak teridentifikasi terjadi heteroskedastisitas pada data tersebut.

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang menurut Priyatno (2018), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent*. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian (dependent variabel)

- X_1 = Gaya hidup (*independent variabel*)
 X_2 = Kemudahan Penggunaan (*independent variabel*)
 a = Konstanta
 $b_{1, 2}$ = Koefisien regresi
 e = Persentase kesalahan (5%).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini diperlukan pengujian uji parsial untuk mendapatkan hasil yang dimana menurut Priyatno (2018), Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent*. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel *independent* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent*. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.9.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini digunakan untuk menguji dan mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh antara dari seluruh variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Menurut Priyatno (2018), Uji F atau uji

koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel *independent* berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel *dependen*. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Penelitian ini untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan hasil dari pengujian koefisien determinasi. Menurut Priyatno (2018), *Adjusted R Square* adalah *R Square* yang telah disesuaikan. *Adjusted R Square* biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel *independent*. Dengan mengetahui nilai dari variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependen* dimana semakin kecil atau bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase dari pengaruh yang diberikan oleh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah sempurna.

BAB VI

METODE PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat STIE Eka Prasetya

Sekolah Ilmu Tinggi Ekonomi Eka Prasetya atau yang disingkat menjadi STIE Eka Prasetya merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Pada Awal perkembangan karir perguruan tinggi tersebut dahulu berasal dari perguruan tinggi swasta berbasis internasional THAMES yang kemudian diakuisisi. Ketua Yayasan *Worldstar Education Foundation* (WEF) berkeinginan membangun Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi agar dapat membantu pemerintah mencerdaskan anak bangsa Indonesia melalui sebuah pendidikan. Melihat pentingnya sebuah pendidikan untuk menunjang perekonomian negara Indonesia.

Namun izin mendirikan perguruan tinggi tersebut tidak diberikan mengingat sudah banyaknya perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Salah satu alternatif yang efektif untuk mencapai tujuan adalah pada tahun 2005 Yayasan WEF mengambil alih perguruan tinggi yang sudah tidak memenuhi persyaratan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi yang bernama STIE Eka Prasetya. Yayasan WEF cukup yakin bahwasanya STIE Eka Prasetya dapat berkembang dan memenuhi harapan masyarakat luas dengan dikelola oleh manajemen yang dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan berdaya saing. STIE Eka Prasetya didirikan oleh

Bapak Walikota Medan Drs. H. Abdillah, Ak, MBA pada tanggal 23 April 2006 dan tanggal tersebut ditetapkan sebagai Dies Natalis STIE Eka Prasetya.

4.1.2 Visi & Misi

4.1.2.1 Visi

Menjadi Sekolah Tinggi yang unggul di Bidang Ekonomi berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang berdampak bagi peningkatan perekonomian serta memiliki karakter kewirausahaan berdaya saing internasional pada tahun 2040.

4.1.2.2 Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dengan menghasilkan lulusan yang memiliki kecerdasan intelektual dan memiliki karakter kewirausahaan sesuai dengan bidang ilmu ekonomi
2. Melaksanakan penelitian yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu ekonomi
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat yang memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak bagi peningkatan perekonomian Bina Desa
4. Menjalinkan kerja sama dengan berbagai instansi baik tingkat regional, nasional dan internasional untuk program MBKM (Magang Bersertifikat); dan

5. Meningkatkan tata kelola yang akuntabel dan sesuai dengan perundang-undangan.

4.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi dari STIE Eka Prasetya seperti pada gambar dibawah ini :

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi



Sumber : <https://eka-prasetya.ac.id/> (4 April 2024)

Bedasarkan dari gambar diatas, menjelaskan bahwa lini dari struktur organisasi tersebut menampilkan tanggung jawab dan wewenang secara vertikal dan mencerminkan hubungan antara karyawan didalam setiap divisi. Dimana setiap divisi mencerminkan lini horizontal atau sejajar. Berikut ini adalah

deskripsi pekerjaan untuk struktur organisasi yang ada pada STIE Eka Prasetya yaitu:

Tabel 4. 1

Tanggung Jawab Struktur Organisasi STIE Eka Prasetya

No.	Nama Generik Unit	Nama Unit di Institusi	Tugas, Fungsi, Wewenang dan Tanggung Jawab
1	Pimpinan Insitusi	Ketua Wakil Ketua I Wakil Ketua II Wakil Ketua III	Adapun tugas Ketua adalah: a) Memimpin dan bertanggung jawab penyelenggaraan dan pengembangan Tridharma perguruan tinggi di STIE Eka Prasetya, membina tenaga kependidikan, mahasiswa, dan tenaga administrasi, serta memelihara hubungan STIE Eka Prasetya yang saling bermanfaat antar unsur; b) Melakukan arahan serta kebijakan umum, menciptakan peraturan, norma dan tolok ukur penyelenggaraan pendidikan tinggi atas dasar keputusan Senat STIE Eka Prasetya, c) Ketua bertanggungjawab kepada Dewan Senat STIE Eka Prasetya dan badan penyelenggara pendidikan (yayasan), d) Wajib menyampaikan pertanggungjawab pelaksanaan tugas dan kebijakan yang telah ditetapkan kepada Senat STIE Eka Prasetya untuk dinilai sebagai bahan masukan guna pengambilan kebijakan berikutnya. Wakil Ketua I mempunyai tugas pokok: a) Melaksanakan Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi dan Sistem Manajemen Mutu bidang akademik; b) Membantu Ketua dalam menetapkan kebijakan dibidang akademik; c) Mengkoordinasikan perumusan kurikulum dan ko-kurikulum dalam kegiatan proses belajar mengajar; d) Mengkoordinasikan kegiatan perpustakaan, laboratorium; e) Mengkoordinasikan penyelenggaraan ijin operasional dan akreditasi seluruh program studi serta akreditasi institusi; f) Mengkoordinasikan pengembangan karir dosen baik dalam peningkatan jenjang kepangkatan akademik, jenjang pendidikan maupun kompetensi; g) Menetapkan mekanisme penyelenggaraan seluruh kegiatan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di STIE;

No.	Nama Generik Unit	Nama Unit di Institusi	Tugas, Fungsi, Wewenang dan Tanggung Jawab
			h) Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengawasi penyelenggaraan penelitian mandiri dan atau kelompok dosen yang bersumber dari program internal STIE; i) Mengkoordinasikan pendokumentasian seluruh hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen maupun unsur pelaksana akademik lain: Melakukan pembinaan terhadap dosen dan tenaga akademik, khususnya berkaitan dengan kegiatan pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat, termasuk mengadakan pelatihan, workshop, simposium, seminar hasil penelitian masyarakat serta kegiatan-kegiatan sejenis yang diperlukan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di STIE; j) Mengkoordinasikan penyelenggaraan penerbitan buku dan publikasi jurnal hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat oleh dosen dan atau pelaksana akademik STIE. Wakil Ketua Bidang Administrasi Wakil Ketua II mempunyai tugas pokok sebagai berikut: a) Melaksanakan Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi dan Sistem Manajemen Mutu bidang, Administrasi Umum, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia; b) Menetapkan kebijakan di bidang Administrasi Umum, Keuangan dan Sumber Daya Manusia; c) Mengkoordinasikan Badan-Badan dalam pengembangan dan Penerapan Sistem Manajemen Mutu dan Sistem Informasi manajemen yang berbasis infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK); d) Bekerjasama dengan Wakil Ketua Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama, mencari sumber-sumber pembiayaan untuk peningkatan jenjang pendidikan maupun kompetensi dosen karyawan dari berbagai instansi atau lembaga termasuk pemanfaatan program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dalam negeri maupun luar negeri; e) Merencanakan dan mengkoordinasikan pemeliharaan serta peningkatan mutu

No.	Nama Generik Unit	Nama Unit di Institusi	Tugas, Fungsi, Wewenang dan Tanggung Jawab
			f) penyelenggaraan administrasi STIE; Merencanakan, mengkoordinasikan serta menyelenggarakan pengembangan prasarana dan sarana STIE ; g) Merencanakan dan mengkoordinasikan pendataan, pemeliharaan dan penghapusan inventori aset aktiva dan passiva STIE; h) Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengawasi penyelenggaraan administrasi keuangan STIE; i) Menyelenggarakan perencanaan dan pengelolaan anggaran serta penggalia sumber-sumber dana; j) Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan dan peningkatan kemampuan SDM berbasis kompetensi. Wakil Ketua III Bidang Kemahasiswaan dalam menjalankan fungsinya mempunyai tugas pokok: a) Melaksanakan Sistem Penjaminan Mutu Perguruan Tinggi dan Sistem Manajemen Mutu Bidang Kemahasiswaan; dan alumni. b) Membantu Ketua dalam menetapkan kebijakan di bidang kemahasiswaan termasuk alumni; c) Membuka dan menjembatani kesempatan praktek kerja lapangan bagi mahasiswa dan kerja di berbagai industri pada umumnya; bekerjasama dengan Wakil Ketua Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama; d) Mengkoordinasikan dan menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan penguatan institusi kerjasama dengan pihak alumni, baik di dalam maupun di luar STIE; Mengkoordinasikan pembinaan pengembangan dan pengawasan penyelenggaraan kegiatan organisasi kemahasiswaan intra kampus; e) Menyelenggarakan pembinaan hubungan dengan pemangku kepentingan/stakeholder (orang tua/wali mahasiswa dan instansi atau lembaga serta masyarakat) yang terkait dengan kegiatan organisasi kemahasiswaan intra kampus.,
2	Senat	Senat Institusi	a) Merumuskan kebijakan akademik STIE; b) Merumuskan kebijakan penilaian prestasi akademik dan kecakapan serta

No.	Nama Generik Unit	Nama Unit di Institusi	Tugas, Fungsi, Wewenang dan Tanggung Jawab
3	Satuan Pengawas	Satuan Pengawas Internal (SPI)	c) kepribadian sivitas akademika; d) Merumuskan norma dan tolok ukur penyelenggaraan pendidikan di lingkungan STIE; e) Memberikan pertimbangan dan persetujuan atas Rencana Anggaran Pendapatan dan Belanja STIE yang diajukan Ketua; f) Menilai pertanggungjawaban Ketua atas pelaksanaan kebijakan yang telah ditetapkan; g) Merumuskan peraturan pelaksanaan akademik, kebebasan mimbar akademik dan otonomi keilmuan pada STIE; h) Memberikan pertimbangan dalam pemilihan calon yang diusulkan untuk diangkat menjadi Ketua; i) Memberikan persetujuan pengusulan kepangkatan akademik dosen sampai dengan Lektor Kepala; j) Menegakkan norma-norma yang berlaku bagi sivitas akademika; Menanggapi kasus-kasus pelanggaran etika akademik, norma kesusilaan dan aturan-aturan lain yang dilakukan oleh anggota sivitas akademika, yang dapat mencemarkan nama baik STIE; k) Memberikan pertimbangan kepada Ketua mengenai pendirian ataupun penutupan Program Studi; l) Memberikan pertimbangan atas jabatan Statuta STIE.
			a) Menetapkan kebijakan pengawasan internal bidang non akademik b) Melaksanakan pengawasan internal bidang non akademik c) Mengambil kesimpulan atas hasil pengawasan internal d) Melaporkan hasil pengawasan internal kepada Ketua e) Mengajukan saran atau pertimbangan mengenai perbaikan pengelolaan kegiatan non-akademik kepada Ketua atas dasar hasil pengawasan internal f) SPI mempunyai tugas pokok melaksanakan pelaksanaan internal ke masing-masing program studi di lingkungan STIE Eka Prasetya terutama dalam bidang non-akademik g) Pengawasan internal meliputi evaluasi dan monitoring, pemeriksaan atau audit, dan review atas penyelenggaraan STIE serta jenis audit lainnya sesuai dengan

No.	Nama Generik Unit	Nama Unit di Institusi	Tugas, Fungsi, Wewenang dan Tanggung Jawab
4	Dewan Pertimbangan	Senat Institusi	hasil temuan dan kebutuhan Tanggung jawab SPI termasuk menjaga integritas dan objektivitas serta bertindak secara profesional seperti dipersyaratkan dalam standar profesi audit internal, serta menjamin tidak terdapat benturan kepentingan auditor anggota SPI dengan auditan dan kegiatan yang diaudit a) Melakukan telaahan terhadap kebijakan Ketua STIE di bidang Non akademik b) Memberikan pertimbangan terhadap kebijakan Ketua STIE di bidang non akademik c) Merumuskan saran/pendapat terhadap kebijakan Ketua STIE di bidang non akademik; d) Memberikan Pertimbangan kepada Ketua dalam mengelola STIE Eka Prasetya
		Dewan Penyantun	a) Memberikan pertimbangan kepada pemimpin Institusi tentang penyelenggaraan pendidikan di bidang akademik. b) Mendampingi pimpinan Institusi dalam menyelesaikan masalah internal dan eksternal
5	Pelaksana Kegiatan Akademik	Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK)	a) Memberikan pelayanan administrasi di bidang akademik dan kemahasiswaan; b) Melaksanakan administrasi kemahasiswaan; c) Melaksanakan administrasi akademik (pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat) d) Melaksanakan registrasi dan statistik e) Melaksanakan administrasi sarana dan prasarana pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat f) Melaksanakan layanan kesejahteraan mahasiswa, kepedulian sosial, penunjang dan kerjasama g) Melakukan administrasi penalaran dan keilmuan mengenai kemahasiswaan Bertanggungjawab langsung kepada ketua
6	Pelaksana Administarsi Pelayanan dan Pendukung	Biro Administrasi Umum dan Keuangan (BAUK)	a) Melaksanakan monitoring dan evaluasi b) Melakukan administrasi monitoring dan evaluasi terhadap administrasi anggaran rutin c) Melaksanakan administrasi tenaga kependidikan d) Memberikan layanan teknis administrasi secara cepat tanggap dan ramah e) Menyusun laporan kerja sesuai dengan hasil yang dicapai sebagai bukti pertanggungjawaban

No.	Nama Generik Unit	Nama Unit di Institusi	Tugas, Fungsi, Wewenang dan Tanggung Jawab
7	Pelaksana Penjaminan Mutu	Pusat Penjaminan Mutu	f) Memberikan layanan administrasi izin cuti pegawai keikutsertaan dalam sebuah organisasi masyarakat dan politik g) Menyusun program kerja tahunan kepegawaian h) Mengusulkan pengadaan penempatan pemindahan dan pengembangan pegawai i) Mengarsipkan data kepegawaian dan daftar urut kepangkatan (DUK) pegawai j) Menyimpan dan memelihara dokumen surat menyurat yang berhubungan dengan kegiatan kepegawaian a) Penyusunan rencana, program, dan anggaran lembaga; b) Penyusunan operasional sistem pengendalian mutu internal akademik; c) Koordinasi penyusunan standar baku mutu akademik d) Audit sistem akademik dan audit kepatuhan secara rutin; e) Pendampingan urusan peningkatan akreditasi institusi dan program studi; f) Penyampaian laporan hasil audit akademik dengan rekomendasinya secara tertulis kepada Ketua dengan koordinasi kepada Wakil Ketua Bidang Akademik; Pemantauan, evaluasi, dan analisis terhadap tindak lanjut pelaksanaan penjamin mutu; g) Koordinasi, pemantauan, dan penilaian pelaksanaan kegiatan penjaminan mutu akademik yang diselenggarakan oleh pusat-pusat di bawah koordinasinya; h) Koordinasi dengan Program Studi dalam pelaksanaan kegiatan penjaminan mutu akademik Internal dan Eksternal; i) Pelaksanaan urusan administrasi Lembaga.
8	Unit Perencana dan Pengembangan Tridarma	Lembaga Penelitian Pengabdian Masyarakat (LPPM)	Adapun tugas dan Lembaga Penelitian Pengabdian Masyarakat adalah sebagai berikut; a) Penyusunan rencana, program. dan anggaran lembaga; b) Koordinasi, pelaksanaan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat; c) Koordinasi, pemantauan, dan penilaian pelaksanaan kegiatan peneliti dan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh pusat-pusat di bawah koordinasinya; d) Pelaksanaan publikasi hasil penelitian dan pengabdian kepada masyarakat; <u>e) Peningkatan revelensi program penelitian</u>

No.	Nama Generik Unit	Nama Unit di Institusi	Tugas, Fungsi, Wewenang dan Tanggung Jawab
			dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan masyarakat; dan f) Pelaksanaan urusan administrasi lembaga

4.1.4 Karaterisktik Responden

Merupakan sebuah deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil dari responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data dari kuesioner, misalnya angkatan, jenis kelamin, status bekerja, uang saku/pendapatan dan transaksi pembelian. Jumlah sampel yang digunakan sebagai responden adalah sebanyak 96 orang atau mahasiswa/i dari STIE Eka Prasetya.

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Deskripsi responden berdasarkan Angkatan seperti pada Tabel 4.2.

Tabel 4. 2

Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	2021	41	42,7
2	2022	7	7,3
3	2023	48	50
Jumlah		96	100

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Tabel 4.2 diatas terlihat responden pada STIE Eka Prasetya yang angkatan 2021 sebanyak 41 orang (42,7%), angkatan 2022 sebanyak orang 7 (7,3%) dan angkatan 2023 sebanyak 48 orang (50%).

4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan Jenis Kelamin seperti pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki - Laki	28	29,2
2	Perempuan	68	70,8
Jumlah		96	100

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Tabel 4.3 diatas terlihat responden pada STIE Eka Prasetya yang berjenis kelamin Laki - laki sebanyak 28 orang (29,2%) dan jenis kelamin Perempuan sebanyak 48. orang (68%).

4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Bekerja

Deskripsi responden berdasarkan Status Bekerja seperti pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 4

Deskripsi Responden Berdasarkan Status Bekerja

No	Status Bekerja	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sudah Bekerja	73	76,1
2	Belum Bekerja	23	23,9
Jumlah		96	100

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Tabel 4.4 diatas terlihat responden pada STIE Eka Prasetya yang statusnya sudah bekerja sebanyak 73 orang (76,1%) dan belum bekerja sebanyak 23 orang (23,9%).

4.1.4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku / Pendapatan Lain

Deskripsi responden berdasarkan Uang Saku / Pendapatan Lain seperti pada Tabel 4.5.

Tabel 4. 5

Deskripsi Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Lain

No	Uang Saku / Pendapatan Lain	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rp. 0,-	0	0
2	≤ Rp.1 jt	23	23,9
3	≥Rp.1 jt	73	76,1
Jumlah		96	100

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Tabel 4.5 diatas terlihat responden pada STIE Eka Prasetya yang mempunyai pendapatan Rp.0,- tidak ada (0%), mempunyai pendapatan kurang lebih dari Rp. 1jt sebanyak 23 orang (23,9%) dan mempunyai pendapatan lebih dari Rp. 1jt sebanyak 73 orang (76,1%). Hal ini sebabkan karena lebih banyak responden yang sudah bekerja dan mempunyai penghasilan perbulan.

4.1.4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian

Deskripsi responden berdasarkan Transaksi Pembelian seperti pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6

Deskripsi Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian

No	Transaksi Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	1 kali	8	8,3
2	≤ 3 kali	15	15,6
3	≥3 kali	73	76,1
Jumlah		96	100

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Tabel 4.6 diatas terlihat responden pada STIE Eka Prasetya yang telah bertransaksi 1 kali menggunakan Shopee *Paylater* sebanyak 8 orang (8,3%),

bertransaksi kurang lebih 3 kali menggunakan Shopee *Paylater* sebanyak 15 orang (15,6%) dan bertransaksi lebih dari 3 kali menggunakan Shopee *Paylater* sebanyak 73 orang (76,1%).

4.2 Uji Validitas dan Realibilitas

4.2.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan pada hasil tabel dalam penelitian. Menurut Priyatno (2018), pengujian validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, item dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, item dinyatakan tidak valid.

Hasil dari uji validitas untuk variabel gaya hidup (X_1) dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4. 7
Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X_1)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Lebih sering menghabiskan waktu untuk hal yang lebih bermanfaat	0,462	0,361	Valid
Melihat barang di <i>e-commerce</i> menjadi rutinitas sehari-hari	0,632	0,361	Valid
Mengikuti segala <i>trend</i> yang ada di sosial media	0,932	0,361	Valid
Gemar melihat produk yang ditawarkan oleh pihak <i>Spaylater</i>	0,915	0,361	Valid
Memiliki rasa puas telah mendapati hal yang diinginkan	0,438	0,361	Valid
Adanya rasa gengsi ketika tidak mengikuti <i>trend</i> yang ada di sosial media	0,916	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Data dari Tabel 4.7 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel gaya hidup menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner gaya hidup dapat dinyatakan telah valid.

Hasil dari uji validitas untuk variabel kemudahan penggunaan (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4. 8
Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X_2)

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Cara pemakaian <i>Spaylater</i> mudah untuk dimengerti	0,872	0,361	Valid
Urutan aktivasi akun pada <i>Spaylater</i> jelas dimengerti	0,915	0,361	Valid
Cukup dengan membuka aplikasi Shopee untuk mengakses metode pembayaran menggunakan <i>Spaylater</i>	0,884	0,361	Valid
Ketika melakukan pembelian bisa langsung dapat memilih metode pembayaran <i>Spaylater</i>	0,777	0,361	Valid
Memudahkan pengguna pada saat pembayaran tagihan <i>paylater</i>	0,753	0,361	Valid
Memudahkan pengguna pada saat pembelian produk	0,811	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Data dari Tabel 4.8 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel kemudahan penggunaan menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Kemudahan penggunaan dapat dinyatakan telah valid.

Hasil dari uji validitas untuk variabel keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4. 9
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Pernyataan	Nilai <i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
Merasa tidak bimbang dalam memutuskan pembelian dengan menggunakan <i>Spaylater</i>	0,655	0,361	Valid
Membeli produk menggunakan <i>Spaylater</i> sesuai dengan keinginan saya	0,705	0,361	Valid
Tanggap dalam memilih sebuah produk untuk di beli	0,690	0,361	Valid
Memerlukan waktu yang lama saat melakukan keputusan pembelian	0,437	0,361	Valid
Tidak merasa salah memilih barang ketika melakukan pembelian	0,760	0,361	Valid
Adanya rasa gengsi ketika tidak Merasa ragu ketika melakukan pembelian menggunakan metode <i>Spaylater</i>	0,404	0,361	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Data dari Tabel 4.10 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel keputusan pembelian menunjukkan semua nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,361 sehingga semua butir pernyataan kuesioner Keputusan pembelian dapat dinyatakan telah valid.

4.2.2 Uji Realibitas

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan dengan pengujian realibitas. Menurut Priyanto (2018), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kehandalan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang secara umum sering

digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach Alpha*.

Menurut Sugiyono (2022), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

- 1 *Cronbach's alpha* 0,0-0,199 = reliabilitas sangat rendah
- 2 *Cronbach's alpha* 0,2-0,399 = reliabilitas rendah
- 3 *Cronbach's alpha* 0,4-0,599 = reliabilitas cukup
- 4 *Cronbach's alpha* 0,6-0,799 = reliabilitas kuat
- 5 *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas sangat kuat

Hasil dari uji reliabilitas untuk variabel gaya hidup (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), dan keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10

Uji Reliabilitas Varibel Gaya Hidup (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
Gaya hidup (X_1)	0,839	6	Reliabel
Kemudahan penggunaan (X_2)	0,910	6	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,672	6	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data, 7 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari lampiran 4, 6 dan 8 dapat dilihat hasil dari data Tabel 4.10 menyimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), dan keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Sehingga, hasil pengujian gaya hidup (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), dan keputusan pembelian (Y) tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X_1) kemudahan penggunaan (X_2), dan keputusan pembelian (Y) dapat dinyatakan reliabel.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

Dalam suatu penelitian memungkinkan akan muncul masalah dalam dalam analisis regresi. Menurut Priyatno (2018) model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi linier antara lain residual terdistribusi normal, tidak adanya multikolinieritas dan tidak adanya heteroskedastisitas.

4.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas residual digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki residual yang terdistribusi secara normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Histogram, *Normal Probability Plot of Regression* atau dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini pembahasannya:

1. Analisis grafik.

Menurut Priyatno (2018), uji normalitas residual dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran data pada grafik Histogram dan *Normal Probability Plot of Regression*.

a. Output Histogram

Output ini menjelaskan tentang grafik data dan untuk melihat distribusi data apakah normal atau tidak. Untuk pengukuran

normalitas data jika bentuk grafik histogram mengikuti kurva normal yang membentuk gunung atau lonceng, data akan berdistribusi normal.

b. *Output Normal Probability Plot of Regression*

Output Normal Probability Plot of Regression menjelaskan grafik data dalam melihat distribusi data normal atau tidak dengan pengukuran jika bentuk grafik *Normal Probability Plot of Regression* mengikuti garis diagonal normal maka data akan dianggap berdistribusi normal.

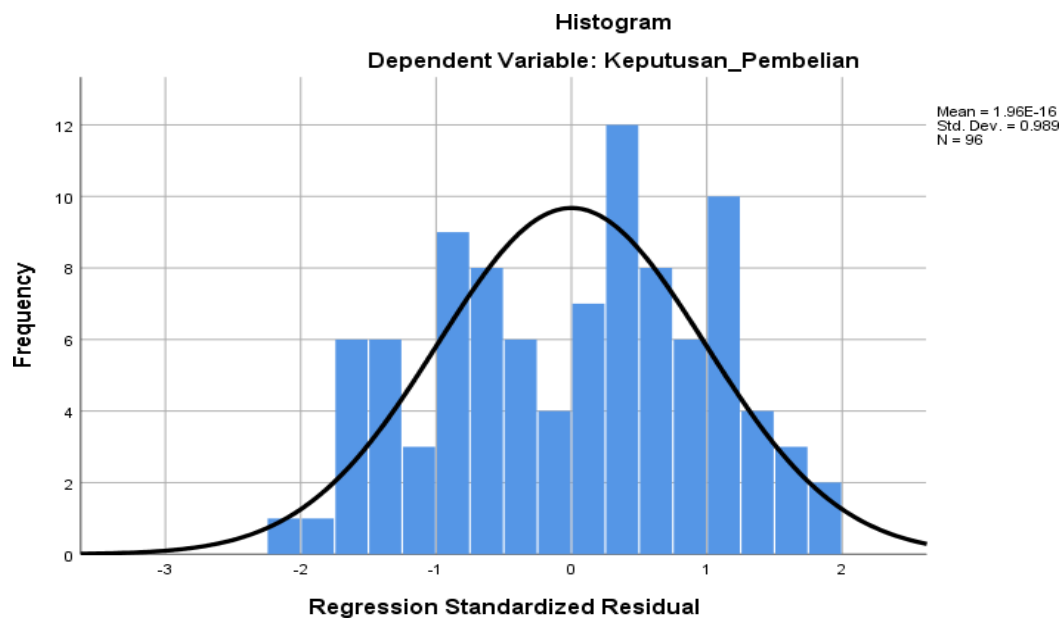
2 Uji statistik

Uji statistik normalitas residual dapat dilakukan dengan uji statistik non parametik *Kolmogorov Smirnov* (K-S). Menurut Priyatno (2018), uji normalitas dengan statistik dapat menggunakan metode *One Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini kriteria pengujiannya:

- a. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka data tidak berdistribusi normal.

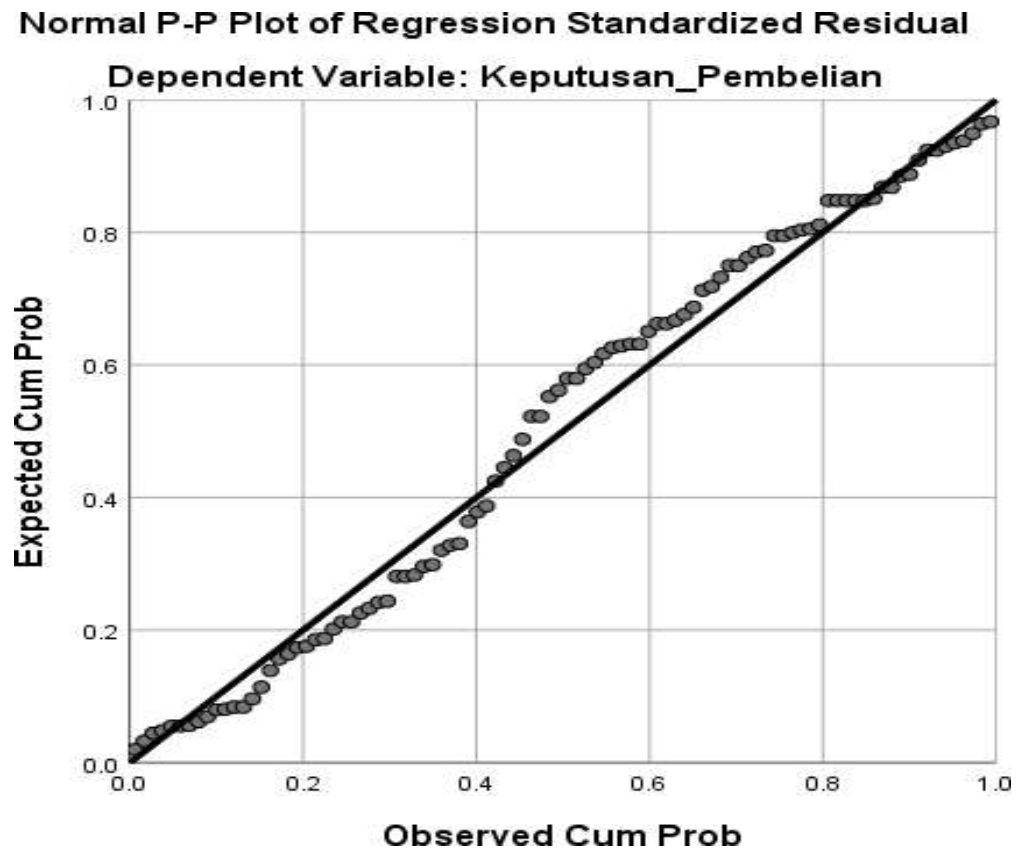
Berikut ini uji normalitas melalui grafik histogram dan grafik *Normal P Plot* seperti pada Gambar 4.2. dan 4.3.

Gambar 4. 2
Grafik Histrogram



Sumber : Hasil Olah Data, 14 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya berbentuk lonceng menunjukkan pola berdistribusi dengan normal, maka model regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4. 3*Grafik Normal P-Plot*

Sumber : Hasil Olah Data, 14 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Gambar 4.3 menunjukan bahwa data (titik) menyebar di sekitar area garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini sejalan dengan hasil pengujian menggunakan histogram bahwa telah terdistribusi normal.

Hasil uji *One Kolmogorov Smirnov* yang dapat dilihat dari Lampiran 10, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,141 lebih besar dari 0,05 (Sig F > 5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.3.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel *independent*. Menurut Priyatno (2018), multikolinieritas adalah keadaan pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel *independent* dimana model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
 2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.
- Menurut Priyatno (2018), metode uji multikolinieritas yang umum digunakan yaitu dengan melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi dimana nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka Tolerance lebih dari 0,1.

Hasil uji Multikolinieritas yang dapat dilihat dari Lampiran 13, diketahui bahwa nilai *TOLERANCE* yang diperoleh untuk variabel gaya hidup adalah sebesar 0,848 dan variabel kemudahan penggunaan adalah sebesar 0,848 yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk variabel gaya hidup adalah sebesar 1,179 dan variabel kemudahan penggunaan adalah sebesar 1,179 yang kurang dari 10, sehingga data tersebut dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

4.3.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Selanjutnya dengan menggunakan uji heteroskedastisitas menurut Priyatno (2018), heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya dimana model yang regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada hasil uji dapat dilihat dari:

1. Melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi

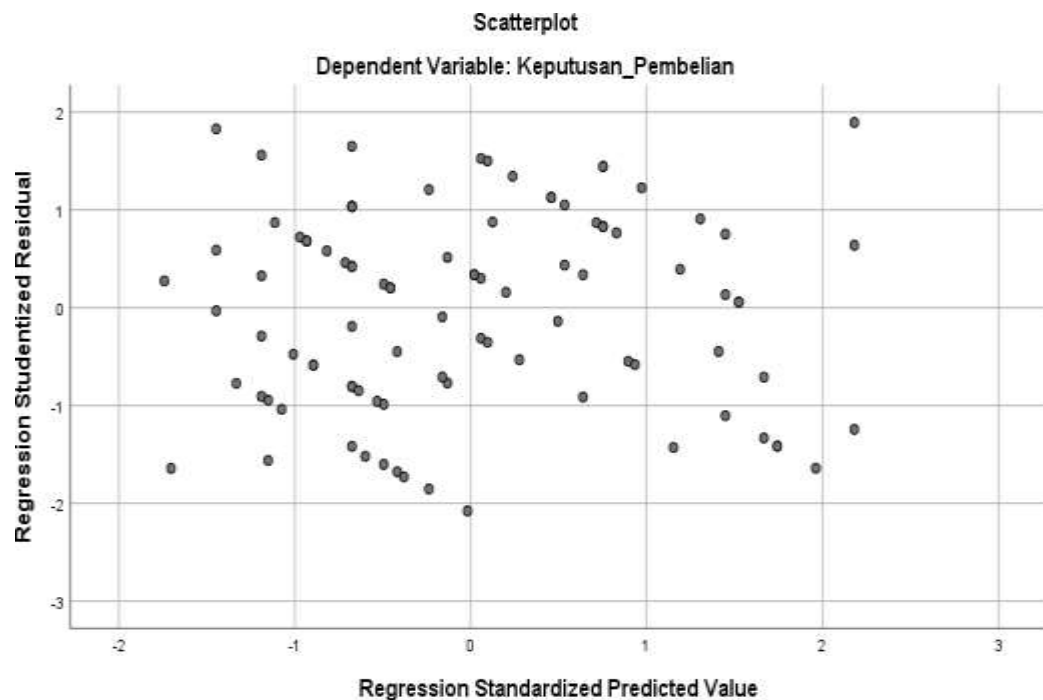
Dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplots* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID). Ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$). Pada metode ini, kriteria dalam penilaian jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas). Akan tetapi apabila pola titiknya menyebar dan membuat pola tidak tertentu maka tidak teridentifikasi terjadi heteroskedastisitas pada data tersebut.

Hasil uji Grafik Scatterplot heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar

4.4.

Gambar 4. 4

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data, 14 April 2024 (SPSS ver.26)

Bedasarkan dari gambar diatas terlihat titik-titik secara acak atau tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas secara tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu *Regression Studentized Residual* (Y). Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian berdasarkan gaya hidup dan kemudahan penggunaan.

4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang menurut Priyatno (2018), analisis regresi berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel *independent* terhadap satu variabel *dependent*. Tujuan digunakan analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian (*dependent variabel*)

X₁ = Gaya hidup (*independent variabel*)

X₂ = Kemudahan Penggunaan (*independent variabel*)

a = Konstanta

b_{1,2} = Koefisien regresi

e = Persentase kesalahan (5%).

Hasil analisis regresi linear berganda yang dapat dilihat dari Lampiran 13, menghasilkan sebuah persamaan regresi yaitu:

Keputusan pembelian = 3.628 + 0.420 gaya hidup + 0.358 kemudahan penggunaan + e

Penjelasan persamaan sebagai berikut:

1. 3.268 artinya jika gaya hidup dan kemudahan penggunaan yang diteliti konstan, maka keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* adalah sebesar 3.268.

2. 0.420 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel gaya hidup (X_1) akan menyebabkan keputusan pembelian bertambah sebesar 0.420 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel kemudahan penggunaan (X_2) dianggap konstan.
3. 0.358 artinya jika setiap penambahan satu-satuan variabel kemudahan penggunaan (X_2) akan menyebabkan keputusan pembelian bertambah sebesar 0.358 satu-satuan dengan kondisi faktor variabel gaya hidup (X_1) dianggap konstan.

4.3.3 Uji Hipotesis

4.3.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini diperlukan pengujian uji parsial untuk mendapatkan hasil yang dimana menurut Priyatno (2018), Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel *independent* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent*. Dalam hal ini, untuk mengetahui apakah secara parsial variabel *independent* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent*. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5% dan uji 2 sisi. Dalam penelitian ini nilai thitung akan dibandingkan dengan nilai ttabel pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Hipotesis observasi (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (bi) sama dengan nol atau :

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya gaya hidup dan kemudahan penggunaan secara

parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*

- b. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya gaya hidup dan kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*

Dalam penelitian ini t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , pada tingkat signifikan (α) = 5%

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah:

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4. 11
Uji t (Uji Secara Parsial)

Variabel	t	sig
(Constant)	1,761	,082
Gaya_Hidup	5,861	,000
Kemudahan_Penggunaan	4,836	,000

a. Dependent Variabel : Keputusan pembelian

Sumber : Hasil Olah Data, 14 April 2024 (SPSS ver.26)

Dari Tabel 4.11 diketahui bahwa:

H_1 : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode shopee *paylater*

Pada variabel gaya hidup (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,861 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 94, (df) = $n - k$ = 96 responden - 2 = 94 dan taraf sig α = 5% : 2 = 0,025 maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,986. oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa/i STIE Eka Prasetya.

H₂ : Terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode shopee *paylater*

Pada variabel kemudahan penggunaan (X_2) terlihat bahwa nilai thitung sebesar 4,836 dengan tingkat signifikan 0,000. dengan derajat bebas (df) sebesar 94, $(df) = n - k = 96 \text{ responden} - 2 = 94$ dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0,025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,986. oleh karena nilai thitung $> t_{\text{tabel}}$ maka kriterianya adalah H₂ diterima sehingga kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa/i STIE Eka Prasetya.

4.3.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini digunakan untuk menguji dan mendapatkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh antara dari seluruh variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Menurut Priyatno (2018), Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun bentuk pengujiannya sebagai berikut:

- a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$, Artinya gaya hidup dan kemudahan penggunaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*
- b. $H_a : b_1, b_2 \neq 0$, Artinya gaya hidup dan kemudahan penggunaan secara

simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*

Dalam hal ini juga, untuk mengetahui apakah secara simultan variabel *independent* berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel *dependent*. Pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi 5%. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada tingkat signifikan (α) = 5%.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah:

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a ditolak, H_0 diterima.

Hasil dari uji F dapat dilihat pada Lampiran 14, bahwa nilai F_{hitung} sebesar 47,027 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 93$ maka nilai F_{tabel} adalah sebesar 3,09. Oleh karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_3 diterima sehingga gaya hidup secara simultan atau serempak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa/i STIE Eka Prasetya.

4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Penelitian ini untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan hasil dari pengujian koefisien determinasi. Menurut Priyatno (2018), *Adjusted R Square* adalah *R Square* yang telah disesuaikan. *Adjusted R Square* biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel *independent*. Dengan mengetahui nilai dari variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel

dependent dimana semakin kecil atau bernilai 0, maka hal ini menunjukkan tidak ada persentase dari pengaruh yang diberikan oleh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Namun jika koefisien determinasi bernilai 1 maka terdapat pengaruh yang diberikan variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah sempurna.

Hasil dari koefisien determinasi *R Square* dapat dilihat pada Lampiran 15, diketahui bahwa perhitungan yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,503. Hal ini menunjukkan bahwa 50,3% keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* dipengaruhi oleh variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan, sedangkan 49.7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3.5. Kontribusi Variabel

Variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain uji *R square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan dari masing-masing variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan. Berikut pengujiannya:

Tabel 4. 12
Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

<i>Model</i>	<i>Variables Entered</i>	<i>Variables Removed</i>	<i>Method</i>
1	Gaya hidup (X_1)		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq .050$, Probability-of-F-to-remove $\geq .100$).

<i>Model</i>	<i>Variables Entered</i>	<i>Variables Removed</i>	<i>Method</i>
2	Kemudahan penggunaan (X ₂)		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter ≤,050, Probability-of-F-to-remove ≥,100).

Hasil dari pengujian tersebut, diketahui bahwa variabel gaya hidup memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap keputusan pembelian karena posisinya yang berada di urutan paling atas setelah variabel kemudahan penggunaan. Selanjutnya, perlu untuk mengetahui seberapa besar kekuatan kontribusi masing – masing variabel bebas dalam menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Untuk mengetahui kontribusi masing – masing variabel bebas, maka harus mengetahui terlebih dahulu nilai koefisien korelasinya. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4. 13
Nilai Koefisien Beta dan Kofisien Korelasi

Variabel	Standardized Coeficients Beta	Kofisien Korelasi
Gaya Hidup (X ₁)	0,465	0,615
Kemudahan Penggunaan (X ₂)	0,384	0,565

Berdasarkan hasil data Tabel 4.13, maka selanjutnya mencari seberapa besar kontribusi gaya hidup dan keputusan pembelian terhadap keputusan pembelian. Rumus untuk mencari kontribusi variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut:

$$\text{Kontribusi Variabel X} = \text{Koefisien Standardized} \times \text{Koefisien Korelasi}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka berikut adalah perhitungan untuk mengetahui kontribusi secara parsial dari gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian:

$$1. \quad \text{Kontribusi gaya hidup} = 0,465 \times 0,615 = 0,285975$$

2. Kontribusi kemudahan penggunaan = $0,384 \times 0,565 = 0,21696$
 3. Kontribusi secara simultan = $0,285975 + 0,21696 = 0,5029535$
- adalah sama dengan besarnya R^2

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal dalam uraian berikut ini:

1. Besarnya kontribusi gaya hidup terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,285975, ini artinya secara parsial gaya hidup mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 28,6%.
2. Besarnya kontribusi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,21696, ini artinya secara parsial kemudahan penggunaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 21,7%.
3. Besarnya kontribusi secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,5029535, ini artinya gaya hidup dan kemudahan penggunaan secara bersamaan mampu menjelaskan kekuatan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 50,3%. Hasil ini selaras dengan nilai R^2 pada hasil pengujian koefisien determinasi.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan nilai t_{hitung} untuk variabel gaya hidup adalah 4,836 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan derajat bebas (df) sebesar 94, bebas (df)

sebesar 94, $(df) = n - k = 96 \text{ responden} - 2 = 94$ dan taraf $\text{sig } \alpha = 5\% : 2 = 0,025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,986. oleh karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka kriterianya adalah H_1 diterima sehingga gaya hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa/i STIE Eka Prasetya.

Hal ini berarti keputusan pembelian dengan menggunakan shopee *paylater* dapat meningkat apabila adanya gaya hidup yang semakin tinggi timbul dari tuntutan gaya hidup konsumen dan adanya lonjakan pengeluaran dengan keterbatasan dana sebagai seorang mahasiswa/i akan membuat konsumen memilih solusi alternatif untuk menggunakan shopee *paylater*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu dan Silvia Bonita (2015) yang berjudul *Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Palembang*, penelitian Bintang Jalaseno Anoraga dan Sri SetnoIriani (2018) yang berjudul *Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy*, penelitian Rr Dyah Eko Setyowati (2022) yang berjudul *The Influence of Lifestyle and Consumer Attitudes on Purchase Decisions through Customer Satisfaction at Cafe Brogul Makassar*, dan penelitian dari Meilaty Finthariasari dkk (2022) yang berjudul *Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorses, And Brand Image* yang mengatakan bahwa Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima yaitu gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*.

4.4.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian

Nilai t_{hitung} variabel kemudahan penggunaan adalah 5,861 dengan tingkat signifikan 0,000. dengan derajat bebas (df) sebesar 94, $(df) = n - k = 96 - 2 = 94$ dan taraf sig $\alpha = 5\% : 2 = 0,025$ maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,986. Oleh karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_2 diterima sehingga kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*.

Hal ini berarti keputusan pembelian dengan menggunakan shopee *paylater* dapat meningkat apabila adanya kemudahan penggunaan metode pembayaran menggunakan Shopee *Paylater* dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan segala kebutuhan dan keinginannya sehingga bisa menimbulkan rasa ketergantungan pada pemakaiannya yang mudah dan praktis.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian dari Fanny Aggraraeny Putri dan Sri Setyo Iriani (2020) yang berjudul *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater* dan penelitian dari Vivian Angel, dkk (2021) yang berjudul *Effect of eWOM, Ease of Use, Trust on Purchase Decision (Case Study on Blibli.com)* yang mengatakan bahwa Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima yaitu Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater*.

4.4.3 Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan pembelian

Hasil dari data Tabel 4.14 nilai F_{hitung} sebesar 47,027 dengan tingkat signifikan 0,000. Untuk keyakinan 95%, $df_1 = 2$, dan $df_2 = 93$ maka nilai F_{tabel} adalah sebesar 1,986. Oleh karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kriterianya adalah H_3 diterima sehingga gaya hidup secara simultan atau serempak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa/i STIE Eka Prasetya.

Hal ini berarti keputusan pembelian dalam menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa/i STIE Eka Prasetya dapat meningkat apabila gaya hidup mahasiswa/i yang juga tinggi kemudian didorong juga dengan salah satu faktor yang dapat meningkatkan gaya hidup adalah kemudahan penggunaan membuat keputusan pembelian para mahasiswa/i di STIE Eka Prasetya menggunakan shopee *paylater* meningkat.

Hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien determinasi *R Square* yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen adalah 0,503. Hal ini menunjukkan bahwa 50,3 % keputusan pembelian dalam menggunakan Shopee *Paylater* dipengaruhi oleh variabel gaya hidup dan keputusan penggunaan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan dari Fanny Aggraraeny Putri dan Sri Setyo Iriani (2020) yang berjudul *Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater*, penelitian dari Sri Rahayu dan Silvia Bonita (2015) yang berjudul *Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Palembang*, penelitian Bintang Jalaseno Anoraga dan Sri Setno Iriani (2018) yang berjudul *Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy*, penelitian Rr Dyah Eko Setyowati (2022) yang berjudul *The Influence of Lifestyle and Consumer Attitudes on Purchase Decisions through Customer Satisfaction at Cafe Brogul Makassar*, dan penelitian dari Meilaty Finthariasari dkk (2022) yang berjudul *Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorses, And Brand Image* dan penelitian dari Vivian Angel, dkk (2021) yang berjudul *Effect of eWOM, Ease of Use, Trust on Purchase Decision (Case Study on Blibli.com)* yang mengatakan bahwa gaya hidup dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN AKADEMIS DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat dampak dari gaya hidup terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*.
2. Terdapat dampak dari kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*.
3. Terdapat dampak dari gaya hidup dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di shopee menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*.

5.2 Saran Akademis

Saran-saran yang dapat diberikan kepada akademis adalah:

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam menggunakan shopee *paylater* pada mahasiswa/i STIE Eka Prasetya selain variabel gaya hidup dan kemudahan penggunaan.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena keterbatasan dalam pembagian angket, hanya diambil dari mahasiswa/i atau pengguna *Shopee Paylater* yang ada di STIE Eka Prasetya saja. Selanjutnya diharapkan penelitian berikut mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya seluruh pengguna *Shopee Paylater* yang ada di kota Medan.

3. Menambah jumlah Responden

Sehubungan dengan keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, penelitian ini hanya mengambil 96 orang responden sebagai sampel. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meningkatkan jumlah responden sehingga lebih dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

a. Kemudahan penggunaan (X_2) yang harus lebih diperhatikan oleh perusahaan dimana:

1. Pada metode pembayaran *Shopee Paylater* disarankan agar dapat diperhatikan pada saat pembayaran tagihan dengan mempermudah proses dan jangka waktu *billing* pembayarannya agar memudahkan para pengguna untuk membayar tagihan tersebut.

2. Metode pembayaran menggunakan shopee paylater perlu meningkatkan cara pemakaian *Spaylater* agar para pengguna baru dan lama dapat dengan mudah mengerti bagaimana cara pemakain metode pembayaran tersebut.
- b. Gaya hidup (X_1) yang harus lebih dipertahankan oleh perusahaan dimana:
1. Pihak shopee harus mempertahankan dan mengikuti setiap perkembangan zaman dengan merekomendasikan barang yang sedang *trending* dan *exclusive* khusus untuk pengguna shopee *paylater* sehingga dapat menimbulkan rasa gengsi ketika tidak mengikuti sebuah *trend*.
 2. Laman rekomendasi para pengguna shopee *paylater* diharapkan terus mempertahankan apa saja yang muncul pada laman tersebut dengan terus merekomendasikan hal-hal yang bermanfaat bagi para penggunaanya, seperti barang kebutuhan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningrum, D., dan Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906.
- Angel, V., dan Natadirja, M. (2021). Effect of eWOM, Ease of Use, Trust on Purchase Decision (Case Study on Blibli.com). *Jurnal Manajemen*, 12(3), 446.
- Anggraeni, R. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan dan Penggunaan Aktual Layanan Jejaring Sosial Berbasis Lokasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 20(1), 44–52.
- Anoraga, B. J., dan Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Gaya hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 139.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., dan Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, 7(3), 2010–2020.
- Badir, M., dan Andjarwati, A.N. (2020). The Effect of EWOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 7 (1), 39–52.
- Farki, A., Baihaqi, I., dan Wibawa, M. (2016). Pengaruh online customer review rating terhadap kepercayaan place di indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 5(2), A614–A619.
- Finthariasari, M. F., Ratnawili, R., dan Halim, N. (2022). Purchasing Decisions: The Analysis Effect Of The Variables Life Style, Celebrity Endorser, And Brand Image. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 661–672.
- Ilmiyah, K., dan Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Pada Marketplace ShopeeDi Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42.
- Istiarni,P.R.D., Paulus, B.H., (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan penggunaan, dan Kreadibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Interner Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3 (2), 1–10.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284–295.

- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Siagian, F. V., & Rinaldi, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Metode RGEC Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Akuntansi*, 6(1), 73-87.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.
- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.

- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.

DAMPAK GAYA HIDUP DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN SPAYLATER (STUDI KASUS MAHASISWA/I STIE EKA PRASETYA)

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan kegiatan penelitian menyusun tugas akhir skripsi sebagai Mahasiswi Program Studi Manajemen Pemasaran di STIE Eka Prasetya, saya Rina Ridara Sholeha dengan NIM 201010141 mengharapkan ketersediaan teman-teman mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner penelitian saya dengan memberikan jawaban yang sebenar-benarnya dan sejujur-jujurnya demi membantu saya dalam menyelesaikan penelitian saya yang berjudul "Dampak Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus STIE Eka Prasetya)"

Atas waktu dan ketersediaan teman-teman, saya ucapkan terima kasih

Petunjuk dalam pengisian kuisisioner

1. Berilah tanda centang pada salah satu kolom yang tersedia dengan pilihan jawaban yang tepat.
2. Penilaian dari kuisisioner dapat dilakukan menurut skala berikut:

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

1. Nama : *

2. Nim: *

3. Angkatan *

Tandai satu oval saja.

☐ 2021

☐ 2022

☐ 2023

4. Jenis Kelamin *

Tandai satu oval saja.

☐ Laki-Laki

☐ Perempuan

5. Status *

Tandai satu oval saja.

☐ Sudah Bekerja

☐ Belum Bekerja

6. Uang Saku Perbulan / Pendapatan Lain *

Tandai satu oval saja.

☐ Rp. 0

☐ Rp. 1 Jt

☐ Lebih besar dari Rp. 1jt

7. Jumlah Transaksi Menggunakan Paylater *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 1 kali
- ☐ Kurang lebih 3 kali
- ☐ Lebih dari 3 kali

Gaya Hidup (X1)

8. Lebih sering menghabiskan waktu untuk hal yang lebih bermanfaat *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 5
- ☐ 4
- ☐ 3
- ☐ 2
- ☐ 1

9. Melihat barang di e-commerce menjadi rutinitas sehari-hari *

Tandai satu oval saja.

- ☐ 5
- ☐ 4
- ☐ 3
- ☐ 2
- ☐ 1

10. Mengikuti segala trend yang ada di sosial media *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

11. Gemar melihat produk yang ditawarkan oleh pihak Spaylater *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

12. Memiliki rasa puas telah mendapati hal yang diinginkan *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

13. Adanya rasa gengsi ketika tidak mengikuti trend yang ada disosial media *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

Kemudahan Penggunaan (X2)

14. Cara pemakaian Spaylater mudah untuk dimengerti *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

15. Urutan aktivasi akun pada Spaylater jelas dimengerti *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

16. Cukup dengan membuka aplikasi Shopee untuk mengakses metode pembayaran menggunakan Spaylater *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

17. Ketika melakukan pembelian bisa langsung dapat memilih metode pembayaran Spaylater *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

18. Memudahkan pengguna pada saat pembayaran Paylater *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

19. Memudahkan pengguna pada saat pembelian produk *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

Keputusan Pembelian (Y)

20. Merasa tidak bimbang dalam memutuskan pembelian dengan menggunakan Spaylater *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

21. Membeli produk menggunakan Spaylater sesuai dengan keinginan pengguna *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

22. Tanggap dalam memilih sebuah produk untuk di beli *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

23. Memerlukan waktu yang sangat lama saat melakukan keputusan pembelian *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

24. Tidak merasa salah memilih barang ketika melakukan pembelian *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

25. Merasa ragu ketika melakukan pembelian menggunakan metode Spaylater *

Tandai satu oval saja.

☐ 5

☐ 4

☐ 3

☐ 2

☐ 1

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

Lampiran 2 Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas

Nomor Responden	Gaya Hidup (X ₁)						TOTAL
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	4	4	3	3	4	3	21
2	4	3	2	1	4	2	16
3	4	4	4	4	4	3	23
4	3	4	1	1	3	1	13
5	5	4	4	3	4	4	24
6	4	3	3	1	5	1	17
7	5	4	4	4	5	4	26
8	4	4	5	5	5	5	28
9	4	4	4	3	4	3	22
10	4	4	4	4	5	4	25
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	3	4	3	5	3	22
14	5	3	2	3	4	2	19
15	4	4	4	4	5	4	25
16	5	3	3	2	5	3	21
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	5	4	5	4	4	26
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	3	4	3	22
24	5	5	5	4	5	5	29
25	5	3	4	3	5	3	23
26	5	4	5	5	4	5	28
27	5	5	5	4	5	3	27
28	5	4	5	5	5	4	28
29	5	3	3	3	5	3	22
30	5	3	3	3	5	3	22

Nomor Responden	Kemudahan Penggunaan (X ₂)						TOTAL
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	
1	5	5	5	4	4	4	27
2	3	3	4	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	2	4	22
5	2	3	3	4	4	4	20
6	5	4	5	5	4	4	27
7	4	4	5	5	5	5	28
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	4	5	5	29
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	4	5	5	4	4	26
12	3	3	3	4	4	3	20
13	4	4	5	4	5	5	27
14	3	3	3	4	4	4	21
15	5	5	4	5	5	5	29
16	4	4	4	4	5	5	26
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	4	29
30	5	4	4	4	4	4	25

Nomor Responden	Keputusan Pembelian (Y)						TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	4	4	4	4	5	3	24
2	3	3	4	4	4	5	23
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	4	25
5	3	3	4	4	4	4	22
6	4	4	4	5	4	5	26
7	4	4	3	4	3	4	22
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	3	4	4	4	23
10	5	5	4	4	5	4	27
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	5	4	4	4	25
13	3	5	4	5	5	4	26
14	4	5	5	4	4	4	26
15	4	4	5	4	5	4	26
16	4	4	5	4	5	4	26
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	3	23
22	4	4	4	4	4	3	23
23	4	5	4	3	4	3	23
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	5	5	4	5	4	28
26	5	4	4	4	4	4	25
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	4	5	4	28
30	5	5	4	4	5	4	27

Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Gaya Hidup (X₁)

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	TOTAL
X11	Pearson Correlation	1	-.053	.335	.245	.571**	.290	.462*
	Sig. (2-tailed)		.783	.070	.191	.001	.120	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	-.053	1	.582**	.627**	-.122	.572**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.783		.001	.000	.520	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X13	Pearson Correlation	.335	.582**	1	.820**	.417*	.820**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.070	.001		.000	.022	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X14	Pearson Correlation	.245	.627**	.820**	1	.187	.873**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.191	.000	.000		.323	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X15	Pearson Correlation	.571**	-.122	.417*	.187	1	.229	.438*
	Sig. (2-tailed)	.001	.520	.022	.323		.223	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30
X16	Pearson Correlation	.290	.572**	.820**	.873**	.229	1	.916**
	Sig. (2-tailed)	.120	.001	.000	.000	.223		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.462*	.632**	.932**	.915**	.438*	.916**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.016	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Gaya Hidup (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	6

Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas Kemudahan Penggunaan (X₂)

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	X26	TOTAL
X21	Pearson Correlation	1	.912**	.787**	.585**	.449*	.543**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.013	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X22	Pearson Correlation	.912**	1	.785**	.614**	.550**	.665**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X23	Pearson Correlation	.787**	.785**	1	.674**	.526**	.636**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X24	Pearson Correlation	.585**	.614**	.674**	1	.568**	.558**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X25	Pearson Correlation	.449*	.550**	.526**	.568**	1	.732**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.003	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X26	Pearson Correlation	.543**	.665**	.636**	.558**	.732**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.872**	.915**	.884**	.777**	.753**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	6

Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.617**	.297	-.047	.387*	.013	.655**
	Sig. (2-tailed)		.000	.111	.806	.035	.946	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.617**	1	.354	.062	.529**	-.102	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000		.055	.744	.003	.591	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.297	.354	1	.081	.582**	.155	.690**
	Sig. (2-tailed)	.111	.055		.672	.001	.414	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	-.047	.062	.081	1	.197	.542**	.437*
	Sig. (2-tailed)	.806	.744	.672		.296	.002	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.387*	.529**	.582**	.197	1	.036	.760**
	Sig. (2-tailed)	.035	.003	.001	.296		.850	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.013	-.102	.155	.542**	.036	1	.404*
	Sig. (2-tailed)	.946	.591	.414	.002	.850		.027
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.655**	.705**	.690**	.437*	.760**	.404*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.016	.000	.027	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.672	6

Lampiran 9 Tabulasi Kuisisioner Responden

No.	Gaya Hidup (X1)						TOTAL
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	3	4	5	3	5	3	23
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	5	3	24
4	5	4	4	3	4	3	23
5	3	3	4	3	5	3	21
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	5	5	5	5	28
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	3	5	5	5	3	26
10	5	5	3	4	5	3	25
11	4	3	4	3	5	3	22
12	4	4	4	3	4	3	22
13	5	3	3	3	5	3	22
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	3	3	4	3	21
17	3	3	4	2	5	2	19
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	5	4	4	3	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	3	5	4	24
22	5	4	3	4	5	3	24
23	4	3	4	3	4	3	21
24	4	4	4	3	4	2	21
25	5	4	4	4	5	4	26
26	5	4	4	3	4	3	23
27	4	4	3	4	4	4	23
28	4	3	3	4	5	1	20
29	4	3	3	3	5	3	21
30	5	4	4	5	4	2	24
31	4	3	4	4	4	3	22
32	4	4	4	5	4	4	25
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	3	5	4	24
35	5	4	4	4	4	4	25

No.	Gaya Hidup (X1)						TOTAL
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
36	5	4	4	4	4	3	24
37	5	5	4	4	4	4	26
38	5	5	5	5	5	3	28
39	5	4	3	4	4	4	24
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	4	5	3	5	26
42	4	4	4	5	3	4	24
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	4	3	4	4	3	23
45	4	4	4	3	4	4	23
46	5	4	4	3	4	4	24
47	5	4	3	4	4	3	23
48	4	5	5	5	5	3	27
49	5	5	4	4	4	4	26
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	4	5	3	4	5	26
52	4	4	5	5	4	4	26
53	5	4	4	5	3	5	26
54	3	4	3	4	4	4	22
55	5	4	4	3	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	3	5	4	5	4	25
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	5	4	4	5	4	4	26
61	5	4	4	5	3	3	24
62	5	4	3	5	4	4	25
63	4	3	4	4	5	4	24
64	4	4	3	4	4	2	21
65	5	4	4	4	5	3	25
66	4	3	3	4	4	4	22
67	5	4	4	3	4	2	22
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	5	4	5	5	3	26
70	3	5	5	5	5	5	28
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	5	4	4	4	25

No.	Gaya Hidup (X1)						TOTAL
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
73	4	3	4	4	4	4	23
74	5	4	4	4	4	3	24
75	3	4	5	5	5	5	27
76	5	5	4	5	5	5	29
77	5	4	4	4	5	4	26
78	3	4	5	5	5	5	27
79	5	4	4	4	4	4	25
80	5	5	5	5	5	5	30
81	4	4	4	4	5	4	25
82	5	4	4	4	4	4	25
83	5	4	4	4	4	5	26
84	5	5	5	5	5	3	28
85	4	4	5	5	4	5	27
86	5	5	4	4	4	4	26
87	5	4	4	4	5	5	27
88	5	5	5	4	4	4	27
89	4	4	4	5	5	5	27
90	4	5	5	5	4	4	27
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	5	4	4	5	5	27
93	5	5	5	4	5	4	28
94	4	4	4	5	5	5	27
95	5	4	4	5	4	5	27
96	5	5	5	5	5	5	30
	424	394	397	397	422	369	

No.	Kemudahan Penggunaan (X2)						TOTAL
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	
1	5	4	4	4	4	4	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	4	4	4	4	24
7	5	5	5	5	4	5	29
8	5	5	5	5	5	5	30

No.	Kemudahan Penggunaan (X2)						TOTAL
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	
9	5	4	4	4	4	4	25
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	5	5	5	30
13	3	3	5	5	4	4	24
14	5	5	5	5	4	4	28
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	3	5	5	5	4	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	5	5	5	5	28
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	5	5	4	4	4	26
25	5	4	4	4	4	4	25
26	5	5	4	4	4	4	26
27	5	5	4	4	4	4	26
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	4	4	4	4	26
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	4	4	4	4	5	26
33	4	4	4	3	4	5	24
34	5	4	4	3	3	5	24
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	4	4	3	4	23
37	4	4	4	4	4	3	23
38	5	5	5	5	5	5	30
39	4	4	3	3	4	4	22
40	5	5	5	4	4	3	26
41	5	4	4	5	4	4	26
42	5	4	4	5	5	4	27
43	5	5	5	5	5	4	29
44	4	4	3	5	4	3	23
45	4	4	3	4	4	4	23

No.	Kemudahan Penggunaan (X2)						TOTAL
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	
46	4	4	5	4	3	3	23
47	5	4	4	5	4	4	26
48	3	4	4	4	4	5	24
49	4	3	4	4	5	4	24
50	5	4	5	4	4	4	26
51	4	3	4	4	3	3	21
52	5	5	5	5	5	5	30
53	4	3	4	4	3	4	22
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	3	3	4	4	5	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	3	3	3	21
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	5	4	4	4	25
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	3	3	3	4	21
62	4	3	5	4	4	3	23
63	5	5	5	5	5	5	30
64	4	4	3	5	4	4	24
65	5	4	4	4	4	5	26
66	4	4	4	5	5	5	27
67	5	4	4	4	4	4	25
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	5	5	5	4	29
70	5	5	5	5	4	5	29
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	5	25
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	4	4	4	4	4	25
77	5	4	5	5	4	5	28
78	5	5	4	5	4	4	27
79	5	5	5	5	4	4	28
80	5	4	5	4	5	4	27
81	5	4	5	5	4	5	28
82	5	5	5	4	4	4	27

No.	Kemudahan Penggunaan (X2)						
	X21	X22	X23	X24	X25	X26	TOTAL
83	5	4	4	4	4	4	25
84	5	5	5	5	5	5	30
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	5	5	4	4	4	27
87	4	4	4	5	5	4	26
88	5	4	4	4	5	5	27
89	4	5	5	5	5	4	28
90	4	4	4	5	4	5	26
91	4	5	5	4	5	5	28
92	5	5	4	4	4	5	27
93	4	5	5	5	5	5	29
94	5	5	5	5	5	4	29
95	4	5	5	4	5	4	27
96	5	4	5	4	5	4	27
	428	410	417	415	406	408	

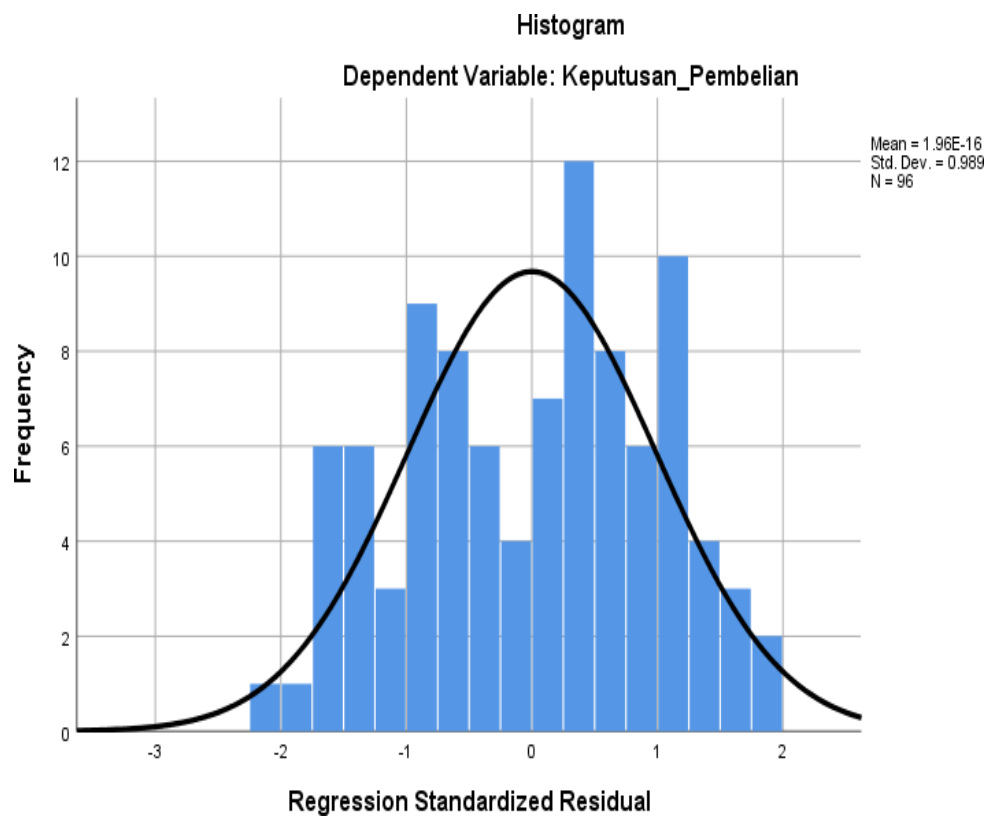
No.	Keputusan Pembelian (Y)						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
1	4	4	2	5	4	4	23
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	4	23
5	5	5	4	4	5	1	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	5	4	5	3	4	24
8	5	5	5	3	5	2	25
9	4	4	4	4	4	3	23
10	3	4	3	4	3	3	20
11	4	4	3	4	3	3	21
12	5	4	4	5	5	2	25
13	4	4	4	3	4	3	22
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	4	4	4	3	3	22
17	4	4	4	3	4	2	21
18	5	4	5	5	5	4	28

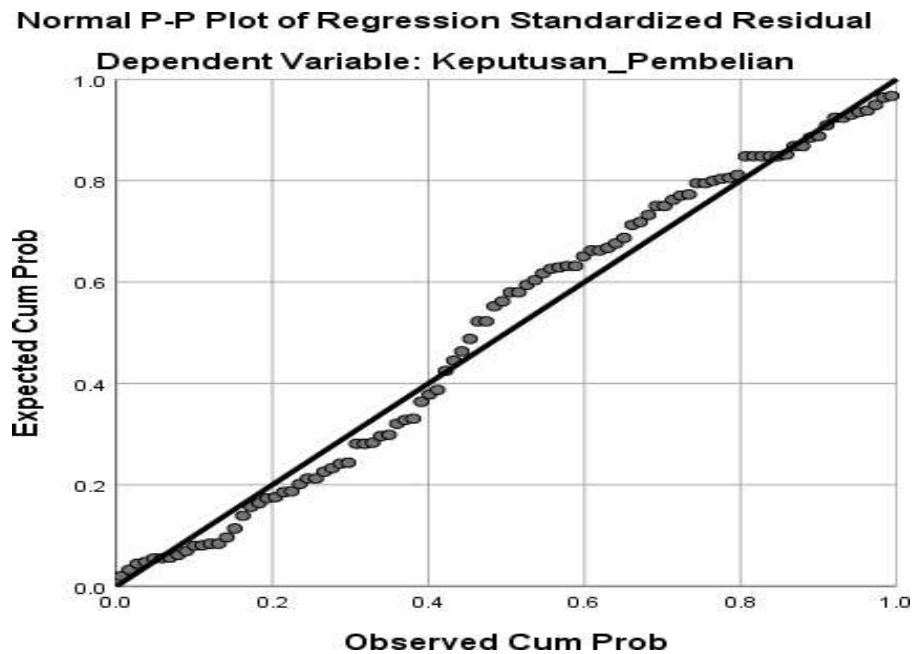
No.	Keputusan Pembelian (Y)						TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	5	3	5	4	4	24
21	4	4	4	5	3	3	23
22	4	4	3	4	4	1	20
23	4	4	4	3	4	3	22
24	3	3	3	5	3	4	21
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	3	23
27	4	4	4	4	4	1	21
28	3	3	3	3	3	3	18
29	5	5	5	3	5	1	24
30	5	4	4	4	4	4	25
31	4	4	3	3	3	3	20
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	3	3	3	21
34	5	4	4	4	4	4	25
35	5	5	5	3	3	3	24
36	4	4	4	4	4	1	21
37	4	4	3	4	4	1	20
38	4	4	3	5	3	5	24
39	5	4	5	4	4	1	23
40	4	4	4	5	5	5	27
41	5	5	4	4	4	1	23
42	4	3	4	4	4	1	20
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	3	4	3	4	1	20
45	4	4	4	2	4	1	19
46	3	4	5	4	4	1	21
47	4	4	4	4	3	1	20
48	4	4	3	4	5	3	23
49	3	4	5	4	5	1	22
50	4	4	4	3	4	1	20
51	5	5	3	4	5	1	23
52	4	4	4	5	4	2	23
53	4	5	3	3	4	1	20
54	4	4	4	4	4	4	24
55	3	4	4	4	5	1	21

No.	Keputusan Pembelian (Y)						TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
56	4	4	3	4	5	3	23
57	5	3	4	3	4	1	20
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	3	4	4	4	23
60	4	5	4	4	3	3	23
61	3	4	4	3	4	2	20
62	5	4	4	4	3	1	21
63	5	5	4	3	4	2	23
64	4	4	4	3	4	2	21
65	5	5	4	3	4	3	24
66	4	4	4	3	3	3	21
67	5	5	4	2	5	2	23
68	4	4	4	3	4	3	22
69	5	5	4	3	5	2	24
70	4	4	4	5	4	5	26
71	4	4	4	5	4	4	25
72	4	4	4	3	4	3	22
73	3	3	3	5	5	4	23
74	4	4	4	3	4	4	23
75	4	4	5	4	4	4	25
76	4	4	4	5	4	5	26
77	4	4	4	4	5	5	26
78	4	4	4	5	4	5	26
79	5	4	4	4	5	4	26
80	4	4	4	5	4	5	26
81	4	4	5	4	4	5	26
82	4	4	4	5	4	5	26
83	5	4	4	4	4	5	26
84	5	5	5	3	5	2	25
85	4	4	4	5	4	5	26
86	4	4	4	4	4	4	24
87	3	4	4	5	4	5	25
88	4	4	4	5	5	5	27
89	4	4	4	5	5	5	27
90	4	4	4	5	5	4	26
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	5	4	5	26

No.	Keputusan Pembelian (Y)						TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
93	5	5	5	4	5	3	27
94	4	4	4	5	4	5	26
95	4	5	4	5	5	4	27
96	4	4	4	4	5	5	26
	396	395	379	383	393	302	

Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62623883
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.061
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.141 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

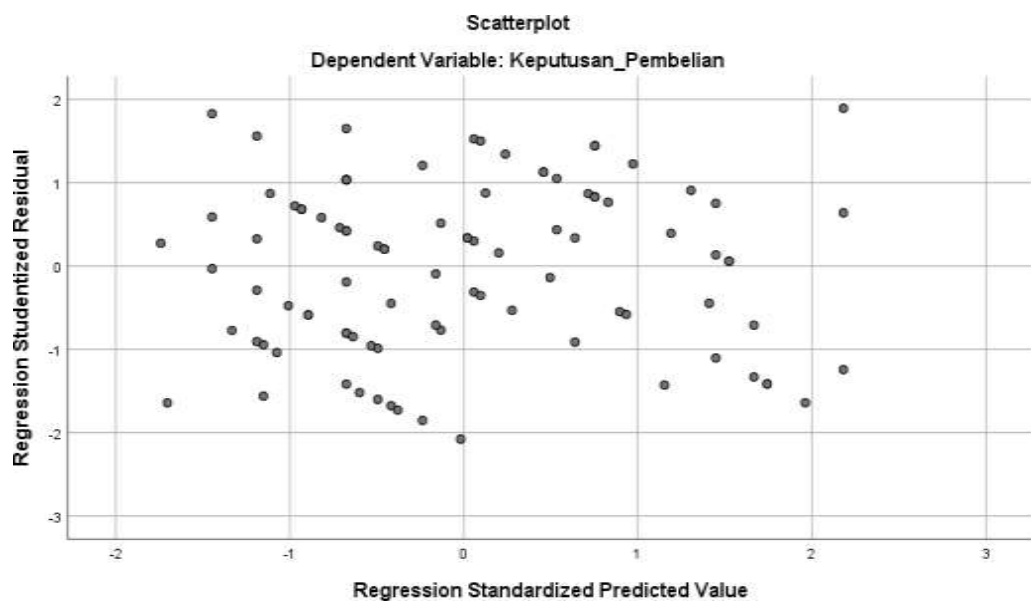
c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.628	2.060		1.761	.082		
	Gaya_Hidup	.420	.072	.465	5.861	.000	.848	1.179
	Kemudahan_Penggunaan	.358	.074	.384	4.836	.000	.848	1.179

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 12 Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	3.628	2.060		1.761	.082	
	Gaya_Hidup	.420	.072	.465	5.861	.000	.848 1.179
	Kemudahan_Penggunaan	.358	.074	.384	4.836	.000	.848 1.179

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	254.091	2	127.046	47.027	.000 ^b
	Residual	251.242	93	2.702		
	Total	505.333	95			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kemudahan_Penggunaan, Gaya_Hidup

Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.709 ^a	.503	.492	1.644	1.648

a. Predictors: (Constant), Kemudahan_Penggunaan, Gaya_Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

**Lampiran 16 Hasil Uji Korelasi Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan,
dan Keputusan Pembelian**

Correlations

		Gaya_Hidup	Kemudahan _Penggunaan	Keputusan_ Pembelian
Gaya_Hidup	Pearson	1	.389**	.615**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)			
	N	96	96	96
Kemudahan_Penggunaan	Pearson	.389**	1	.565**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)			
	N	96	96	96
Keputusan_Pembelian	Pearson	.615**	.565**	1
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)			
	N	96	96	96

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

Perihal : Permohonan Penelitian

Yth. Bpk / Ibu Pimpinan
STIE Eka Prasetya
Jl. Merapi No. 8
Medan

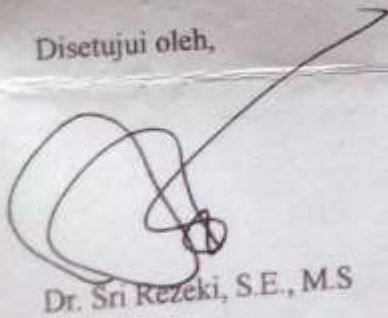
Dengan hormat,
Saya yang Bertanda tangan dibawah ini, mahasiswi STIE Eka Prasetya, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak / Ibu untuk dapat kiranya menerima saya dengan data diri sebagai berikut :

Nama : Rina Ridara Sholeha
Nim : 201010141
Program Studi : Manajamen Pemasaran / S1

Untuk melaksanakan penelitian Skripsi di STIE Eka Prasetya dengan Judul "Dampak Gaya Hidup dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus pada Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya)". Adapun data yang saya perlukan berupa : Jumlah Mahasiswa STIE Eka Prasetya yang sedang bekerja sebagai populasi penelitian saya dan kontak person komisariss Angkatan Tahun 2021 hingga 2023 untuk membantu menyebarkan kuesioner dalam melengkapi data penelitian saya. Pelaksanaan Penelitian Skripsi Mahasiswa/i STIE Eka Prasetya disesuaikan dengan jadwal yang ditentukan oleh pihak STIE Eka Prasetya.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya, Saya ucapkan terima kasih.

Disetujui oleh,



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.S

Medan, 27 November 2023

Hormat Saya,



Rina Ridara Sholeha



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 22 Januari 2024

Nomor : 040/SBR/STIE-EP/I/2024

Lamp. : ----

Hal : Keterangan Izin Riset

Dengan hormat,

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rina Ridara
NIM : 201010141
Program Studi : Manajemen STIE Eka Prasetya Medan (S1)

Disetujui untuk mengadakan peninjauan/penelitian di STIE Eka Prasetya Medan dalam rangka penyusunan Tugas Akhir. Demikianlah surat keterangan ini kami perbuat, agar dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Rina Ridara Sholeha
NIM : 201010141 / 20.2
PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Kamis, 16 Februari 2023	Viviana JUDUL PROPOSAL : "Pengaruh Harga dan Cita Rasa Makanan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Makanan di Rumah Makan Pecel lele Mama Suki"	191010017	
2.	Kamis, 16 Februari 2023	Kevin Leonardo JUDUL PROPOSAL : "Analisis Pengaruh Penerapan Teknologi, Kreativitas dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha K3 Mart Surabaja"	191010149	
3.	Senin, 20 Februari 2023	Ronny Syahputra JUDUL PROPOSAL : "Pengaruh Inovasi dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing di PT. Damasraya Sawit Istan"	191010049	
4.	Senin, 20 Februari 2023	Ricky JUDUL PROPOSAL : "Analisis Pengaruh Jiwa kewirausahaan dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha di PT Sumber - Warna Medan"	191010059	
5.	Senin, 20 Februari 2023	Siti Marshanda JUDUL PROPOSAL : "Pengaruh Harga dan Atmosfer toko terhadap Keunggulan Bersaing pada UKM coffee shop Pondok - Sekel"	191010159	
6.	Selasa, 21 Februari 2023	Stella Tiara JUDUL PROPOSAL : "Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Toko Nasional"	191010212	
7.	Selasa, 21 Februari 2023	Ericsson JUDUL PROPOSAL : "Analisis faktor Karakteristik Kewirausahaan dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Penjualan Parfum Guide Di Kota Medan"	191010115	
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sh Rizki, S.E., M.Si



Nama Mahasiswa : Rina Ridara Sholeha

NIM : 201010141

Kelas : Pemasaran A

Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 083157284421 Email: rinardara484@gmail.com

Alamat Tinggal:

Jl. Pasar Merah Menteng III G. Silaturahmi 18 Medan

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dr. Sri Resek, S.E., M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Fenny, S.E., M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	03-09-2023	Diskusi Topik Penelitian	
2	23-09-2023	Diskusi mengenai topik Penelitian	
3	30-09-2023	Bimbingan online penetapan topik dan Judul Penelitian	
4	20-12-2023	Revisi latar belakang, identifikasi masalah, manfaat penelitian, penambatan narasi sebelum teori, dan teknik pengambilan sampel	
5	29-12-2023	Konsultasi mengenai hasil dari prasurvei (populasi)	
6	14-1-2024	Revisi = ringkas identifikasi masalah, tandai setiap masalah, apa]	
7		penyebab masalah, Sesuaikan dengan pedoman skripsi	
8	4-10-23	Pergantian judul dari Pengaruh ke Dampak	
9	16-12-23	Konsultasi mengenai pengambilan Populasi	
10	21-01-24	Revisi tabel dan gambar	
11	23-01-24	ACC Sempro	
12	23/02/24	Bimbingan Setelah Sempro	
13	8/3/24	ACC Kuisioner	
14	26/04/24	Revisi Bab 5	
15	2/5/24	ACC Sempro, Skripsi	
16	5/6/24	ACC Revisi Setelah Sidang Meja Hijau / Skripsi	
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	18-3-2024	Acc revisi setelah deminar, Proposal	
2	22-3-2024	Acc revisi setelah sidang meja hijau	
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

[Signature]

Hammy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



Nama Mahasiswa : Rina Ridara Sholeha

NIM : 201010141

Kelas : Pemasaran A

Konsentrasi : ~~Kewirausahaan~~, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0831 57284421 Email: Rineridara484@gmail.com

Alamat Tinggal:

Jl. Pasar Merah Menteng III G. Silaturahmi no. 18 Medan

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Fenny, S.E., M.M

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	3 Desember 2023	Revisi: Spasi, typo, koreksi ulang, Seharusnya penulisan dengan Pedoman	
2	16 Desember 2023	Pemberian Lampiran & Setup kutipan Bab 1, 2, dan 3	
3	22 Desember 2023	Revisi dan Pembahasan tentang Indikator Keputusan Pembelian	
4	17 Januari 2024	Revisi: Setiap tabel, tabel lekat di atas pustaka dan diskusi atau rekomendasi	
5		Ulang Setiap bab -	
6	19 Januari 2024	ACC Kuisioner	
7	23 Januari 2024	ACC Sempro	
8	22 Feb 24	Bimbingan setelah sempro & Revisi Kuisioner	
9	23 Apr 24	Revisi tulisan	
10	24 Apr 24	Revisi tabel, dan format penulisan	
11	25 Apr 24	Revisi Run SPSS dan dicetak Tabel / hasil Analisis	
12	29 Apr 24	Revisi Implikasi Manjerial	
13	30 Apr 24	Revisi Abstrak	
14	2/5/24	ACC Skripsi	
15	3/6/24	ACC Revisi Skripsi Setelah ~~dan~~ Mengingat Meja Hijau.	
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	18/03 2024	Revisi → ak.	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hammy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama	:	Rina Ridara Sholeha
Tempat / Tanggal Lahir	:	Medan, 1 April 2002
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Alamat	:	Jl. Menteng III G Silaturrahim No 18
Agama	:	Islam
Status	:	Belum Menikah
Handphone (HP)	:	083157284421

RIWAYAT PENDIDIKAN

1.	Tahun 2007 s/d Tahun 2013	:	SD Nurul Islam Indonesia
2.	Tahun 2013 s/d Tahun 2016	:	SMP Negeri 4 Medan
3.	Tahun 2016 s/d Tahun 2019	:	SMA Negeri 14 Medan
4.	Tahun 2020 s/d Tahun 2024	:	STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAAN

1.	Tahun 2022	:	PNM Mekar
2.	Tahun 2022 s/d Sekarang	:	CV. Mata Elang Asia

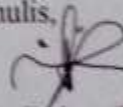
DATA ORANGTUA

Nama Ayah	:	Syaifuddin Yusuf, SE
Pekerjaan	:	Wiraswasta
Handphone (HP)	:	081260501250
Alamat	:	Matang Glp Dua, Bireun, Aceh
Nama Ibu	:	Siti Mariam
Pekerjaan	:	Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP)	:	082137530367
Alamat	:	Jl. Menteng III G Silaturrahim No 18

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 8 Juli 2024

Penulis,



Rina Ridara Sholeha
201010141