

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan tentang pengaruh minat pembelian dan kemudahan penggunaan fitur terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PaLater*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Minat Beli (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y):

Minat beli secara persial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater*. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan tingginya minat atau ketertarikan awal konsumen jika berdiri sendiri tidak cukup kuat untuk mengeksekusi keputusan akhir pembelian menggunakan *PayLater*.

Masyarakat di wilayah Dusun Cupo RT.02 RW.02 Desa Grudo Kec. Ngawi Kab. Ngawi tersebut memang memiliki minat untuk menggunakan *Shopee PayLater* karena fitur tersebut menawarkan kemudahan bertransaksi dan fleksibilitas pembayaran. Namun, minat tersebut tidak selalu berujung pada keputusan pembelian. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, sebagian masyarakat desa cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan kredit digital karena khawatir terhadap utang, bunga, denda keterlambatan, atau risiko gagal bayar. Kedua, kemampuan ekonomi dan pendapatan yang relatif terbatas membuat konsumen lebih memilih

melakukan pembelian secara tunai daripada menggunakan fasilitas pembayaran nanti. Ketiga, tingkat literasi keuangan dan pemahaman mengenai mekanisme *Shopee PayLater* yang masih beragam dapat menyebabkan konsumen ragu untuk memanfaatkan fitur tersebut. Keempat, keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan yang benar-benar mendesak dibandingkan keinginan untuk memiliki suatu produk. Selain itu, adanya alternatif pembayaran seperti transfer bank, dompet digital, COD (*Cash on Delivery*), atau pembayaran tunai juga membuat konsumen tidak merasa perlu menggunakan *Shopee PayLater*.

Dengan demikian, meskipun masyarakat desa memiliki minat terhadap penggunaan *Shopee PayLater*, berbagai pertimbangan ekonomi, kehati-hatian dalam berutang, tingkat pemahaman terhadap layanan, serta preferensi terhadap metode pembayaran lain dapat menyebabkan minat tersebut tidak diwujudkan menjadi keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater*.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Fitur (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) :

Kemudahan penggunaan fitur secara persial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater*. Hasil uji t menunjukkan bahwa kepraktisan menu atau aplikasi yang dirasakan pengguna, apabila terpisah dari faktor lain, bukan merupakan pendorong utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian melalui *PayLater*.

Masyarakat di wilayah Dusun Cupo RT.02 RW.02 Desa Grudo Kec. Ngawi Kab. Ngawi tersebut memang menilai bahwa fitur Shopee PayLater mudah digunakan, namun kemudahan tersebut tidak selalu mendorong mereka untuk memutuskan melakukan pembelian menggunakan Shopee PayLater. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan bukan merupakan faktor utama dalam menentukan keputusan pembelian.

Salah satu penyebabnya adalah masyarakat desa cenderung lebih mempertimbangkan kondisi ekonomi dan kemampuan membayar dibandingkan kemudahan penggunaan aplikasi. Walaupun fitur Shopee PayLater mudah dipahami dan dioperasikan, sebagian konsumen enggan menggunakannya karena khawatir terhadap kewajiban membayar cicilan, bunga, atau denda apabila terjadi keterlambatan pembayaran. Selain itu, sebagian masyarakat lebih memilih metode pembayaran yang dianggap lebih aman dan sesuai dengan kondisi keuangan mereka, seperti pembayaran tunai, transfer bank, atau Cash on Delivery (COD).

Di sisi lain, tingkat literasi keuangan dan pemahaman mengenai layanan kredit digital yang masih beragam juga dapat memengaruhi keputusan konsumen. Kemudahan penggunaan hanya mempermudah proses transaksi, tetapi tidak menghilangkan kekhawatiran mengenai risiko penggunaan layanan paylater. Oleh karena itu, keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti tingkat pendapatan, kepercayaan terhadap layanan, persepsi risiko, kebutuhan, dan kebiasaan bertransaksi.

Dengan demikian, meskipun fitur Shopee PayLater dinilai mudah digunakan, masyarakat desa belum tentu memutuskan untuk menggunakannya dalam melakukan pembelian karena keputusan tersebut lebih dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, persepsi risiko, dan preferensi terhadap metode pembayaran lain.

3. Pengaruh Minat Beli (X1) dan Kemudahan Penggunaan Fitur (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y):

Secara simultan (bersama-sama) variabel minat beli dan kemudahan penggunaan fitur memiliki berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *Shopee PayLater*. Hasil Uji F mengkonfirmasi bahwa kombinasi dari kedua variable independent tersebut menjadi faktor penentu yang kuat dalam mempengaruhi atau menggerakkan perubahan pada keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil Uji R^2 yaitu sebesar 0,167 atau 16,7%. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi minat beli dan kemudahan penggunaan fitur memberikan kontribusi 16,7% terhadap keputusan pembelian. Sementara itu sebesar 83,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian (seperti kebutuhan mendesak, tingkat pendapatan, kontrol diri atau promo *cashback* khusus, dsb)

B. Saran

Peneliti mungkin memberikan saran berikut kepada pihak terkait berdasarkan temuan dan kesimpulan tersebut diatas :

1. Bagi Warga Dusun Cupo RT.02/RW.02 Desa Grudo Kec. Ngawi Kab. Ngawi

Diharapkan warga dapat lebih bijak dalam menggunakan layanan pembayaran digital seperti *Shopee PayLater* dengan mempertimbangkan kemampuan finansial, kebutuhan, serta manfaat yang diperoleh sebelum melakukan pembelian. Kemudahan penggunaan fitur dan adanya minat untuk membeli sebaiknya tetap diimbangi dengan pertimbangan terhadap harga, kemampuan membayar, keamanan transaksi, serta dampak penggunaan layanan kredit digital agar keputusan pembelian yang dilakukan dapat memberikan manfaat dan tidak menimbulkan permasalahan di kemudian hari.

2. Bagi Universitas PGRI Madiun

Universitas PGRI Madiun diharapkan dapat meningkatkan program literasi keuangan digital bagi mahasiswa melalui seminar, pelatihan, workshop, maupun kegiatan edukasi lainnya yang membahas penggunaan layanan keuangan digital, termasuk fitur *Buy Now Pay Later* (BNPL) seperti *Shopee PayLater*. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu memahami manfaat, risiko, serta konsekuensi penggunaan layanan tersebut sehingga dapat mengambil keputusan keuangan secara bijaksana dan bertanggung jawab.

3. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Program Studi Pendidikan Ekonomi diharapkan dapat memperkuat pembelajaran mengenai literasi keuangan, perilaku konsumen, dan

perkembangan teknologi finansial (*financial technology* atau *fintech*) dalam proses perkuliahan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi pembelajaran maupun bahan kajian bagi mahasiswa untuk memahami bahwa keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh minat beli dan kemudahan penggunaan fitur, tetapi juga oleh berbagai faktor lain, seperti kondisi ekonomi, kontrol diri, gaya hidup, promosi, serta kebutuhan konsumen. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan memiliki pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen di era digital.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, mengingat hasil Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa Minat beli dan kemudahan penggunaan fitur hanya mampu menjelaskan sebesar 16,7% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan 83,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel seperti pendapatan, promosi, kepercayaan konsumen, literasi keuangan, keamanan transaksi, kontrol diri, maupun faktor psikologis lainnya. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan jumlah responden yang lebih besar dan cakupan wilayah yang lebih luas agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam dan meningkatkan ketepatan analisis.