

JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI
UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)

**PENGARUH RELIGIUSITAS, RISIKO, PENANGANAN KELUHAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER DENGAN MINAT
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Sri Kartika Dewi, Azhari Akmal Tarigan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ARTICLE INFO

Keywords:

Religiolisty, Risk, Handling
Consumer Complaints, Use Shopee
PlayLater, Interest

Kata Kunci:

Religiusitas, Risiko, Penanganan
Keluhan Konsumen, Penggunaan
Shopee Playlater, Minat

Corresponding author:

Sri Kartika Dewi

srikartikadewi25@gmail.com

ABSTRACT. The purpose of this study was to determine religiosity, risk, handling of consumer complaints on the decision to use a shopee paylater with interest as an intervening variable. This type of research is quantitative with a survey method. Data obtained by distributing questionnaires to respondents. Respondents in this study were the people of Pematang Johar Village, as many as 100 respondents. The method used in this study was multiple linear regression analysis using SPSS 25. The results showed that religiosity had no positive and significant effect on the decision to use shopee paylater. Risk has no positive and significant effect on the decision to use shopee paylater. Meanwhile, the handling of consumer complaints has a positive and significant effect on the use of shopee paylater. Religiosity has no positive and significant effect on interest. Risk has no positive and significant effect on interest. Handling of consumer complaints has a positive and significant effect on interest. Meanwhile, the decision to use the shopee paylater affects interest.

ABSTRAK. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui religiusitas, risiko, penanganan keluhan konsumen terhadap keputusan penggunaan shopee paylater dengan minat sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode survei. Data yang didapat dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat desa pematang johar sebanyak 100 responden. Metode yang dibuat dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee paylater. Risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan shopee paylater. Sedangkan penanganan keluhan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan shopee paylater. Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Penanganan keluhan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Sementara untuk keputusan penggunaan shopee paylater berpengaruh terhadap minat.

PENDAHULUAN

Kompetisi atau persaingan adalah kata yang tidak akan pernah hilang di dalam buku catatan dunia bisnis. Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya (Dedi & Nurdin, 2018: 2). Bisnis adalah kegiatan yang dilaksanakan manusia untuk mengumpulkan pendapatan dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan dilakukan sebagai penyokong utama dalam keberlangsungan kehidupan manusia di atas bumi. Pentingnya bisnis ini, dalam Al Quran ada ayat-ayat yang mengandung perintah dalam berusaha dan berbisnis. Ada lebih kurang 9 kali kata *tijaratun* disebutkan dalam Al-Qur'an (Tarigan, 2012).

Manusia dipermudah dalam berbagai hal salah satunya dalam berbelanja, yang mana pembeli dapat mencari dan memilih barang yang ia inginkan hanya dalam satu genggam yaitu menggunakan *smartphone*. Dimana Peningkatan penjualan barang dan jasa dapat tercapai dengan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada saat ini (Palinggi dan Limbongan 2020, 226). Berbagai layanan jual beli produk barang dan jasa berbasis teknologi mulai bermunculan, mulai dari platform marketplace seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, *Bukalapak*, hingga layanan transportasi online seperti *Gojek* dan *Grab*.

Metode yang dapat dilakukan oleh pelaku bisnis dalam rangka memenangkan kompetisi pasar yang semakin ketat dengan banyaknya kompetitor yang muncul adalah dengan menciptakan fitur-fitur yang dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam melakukan kegiatan transaksi (Damasta dan Widayanto 2018, 148). Dimana *shopee* menjadi salah satu platform marketplace yang memiliki fasilitas *Pay Later* dengan nama fitur metode pembayarannya yaitu *shopee PayLater* atau lebih sering disebut *SPayLater* sebagai alternatif metode pembayaran. Dikarenakan Platform *shopee* memiliki feedback terbaik dari konsumen mulai dari segi kualitas ataupun pelayanan dengan jumlah peminat yang meningkat setiap bulannya (Faisol, dkk 2021). *Shopee* merupakan marketplace yang saat ini memiliki jumlah peminat yang sangat banyak, dikarenakan aplikasi *shopee* ini lebih fokus pada platform mobile untuk memudahkan pengguna mencari barang yang dibutuhkan (Sekar 2018). Selain itu, Dalam metode pembayarannya pun bisa terbilang sangat mudah, mulai dari adanya fitur *Shopee pay*, *Shopee paylater*, *Cash on delivery (cod)*, dan transfer via bank. Dan yang paling spesial dari fitur yang sudah ada di *shopee* yaitu *shopee paylater*.

Menurut Nadya (2020) Fitur *paylater* menalangi biaya transaksi pengguna terlebih dahulu, dan pelunasannya bisa dicicil dikemudian hari dengan suku bunga yang sangat rendah. Namun dana dari fitur ini tidak bisa diuangkan, karena hanya berlaku untuk pembelian produk saja. Meskipun *paylater* sangat mudah digunakan namun, beberapa masyarakat masih melakukan transaksi melalui transfer ATM atau kartu debit (Fanny dan Sri, 2020). *Shopeepaylater* merupakan salah produk dari perusahaan fintech peer to peer lending yaitu PT Lentera Dana Nusantara yang berdiri sejak tahun 2018 dan telah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kemudahan yang diberikan *shopee paylater* membuat masyarakat tertarik menggunakannya. Dari hasil survei *DailySocial*, konsumen paling banyak menggunakan layanan *Shopee Paylater* sepanjang 2021. Persentasenya mencapai 78,4%. Layanan *paylater* menjadi semakin populer lantaran menawarkan kemudahan serta keamanan saat melakukan transaksi secara online. Di samping itu, fitur *paylater*

menjadi solusi bagi masyarakat yang tengah mengalami kendala keuangan dan membutuhkan pinjaman dalam waktu cepat.

Pertimbangan Syariah dalam pengambilan keputusan pengguna layanan Paylater sangat diperlukan bagi kalangan muslim, hal ini dilakukan untuk menghindari riba. Pertimbangan syariah dilakukan untuk mengetahui hukum halal haramnya fitur Paylater, apakah fitur ini bertentangan dengan syariaħ Islam atau tidak. Faktor yang bisa mempengaruhi individu untuk bisa menghindari riba yaitu religiusitas. Menurut Zuhirsyan & Nurlinda (2021) Religiusitas adalah muamalah seseorang terhadap masyarakat luas untuk meningkatkan tingkat keimanan dan ketakwaan kepada Allah. Menurut Harahap (2020) Religiusitas diartikan dalam banyak aspek yang wajib dilakukan sebagai dasar landasan seseorang mengenai cara menjalankan kehidupan dengan benar agar dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat. Selain tindakan yang efektif dan terlihat di lingkungan, juga terkait dengan kegiatan yang tidak berhasil dan terjadi pada individu. Maka individu muslim dengan tingkat religiusitasnya akan sangat mempertimbangkan pemilihan penggunaan shopee Paylater, serta lebih memilih pinjama atau kredit online yang bebas bunga agar terhindar dari riba.

Shopeepaylater memiliki beberapa risiko terhadap pengguna, seperti perilaku konsumtif yang berlebihan, biaya yang tidak disadari, terganggunya pengelolaan keuangan, risiko barang yang tidak sesuai dengan ekspektasi dan lain sebagainya. Risiko lainnya adalah terdapat biaya-biaya yang dibebankan kepada konsumen. Hal tersebut sangat berakibat pada setiap pembeli. Akibat yang akan dirasakan oleh pembeli seperti, barang yang dikirim tidak tepat waktu, kerusakan barang, serta lain sebagainya, penilaian seseorang terhadap sesuatu yang berakibat negatif akan menyebabkan kekhawatiran dengan risiko yg wajib diterima, juga bisa diartikan menjadi persepsi risiko. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Faisol, dkk (2021) bahwa resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, serta biaya tingkat bunga sebesar 2,95% untuk semua jangka waktu pinjaman yang diberlakukan sejak April lalu, biaya denda sebesar 5% per bulan serta biaya penanganan atau biaya administrasi sebesar 1% per satu transaksi (<https://www.lenteradana.co.id/lender/statistic>, diakses tanggal 07 Mei 2020).

Secara umum keluhan adalah sebuah informasi yang diberikan oleh pihak kedua karena rasa ketidaksesuaian dalam menerima sebuah produk atau jasa. Pelanggan Menurut Mudie dan Pirrie (2006) penanganan keluhan secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seseorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan barang/jasa perusahaan yang puas. Manfaat lain dari penanganan keluhan secara efektif meliputi (Tjiptono dan Chandra 2016:253) meliputi penyedia jasa dapat mendapatkan kesempatan lagi untuk memperbaiki hubungannya dengan pelanggan yang kecewa, Penyedia jasa terhindar dari publisitas negatif dan penyedia jasa bisa memahami aspek-aspek layanan yang perlu dibenahi dalam rangka memuaskan pelanggan.

Keputusan penggunaan atau disebut juga sebagai keputusan pembelian merupakan suatu proses penyesuaian yang dapat digunakan untuk mengkolaborasi antara pengetahuan serta mengevaluasi antara dua pilihan alternatif atau lebih dan berakhir dengan memilih satu diantaranya (Peter dan Olson 2013, 3). Terdapat beberapa faktor yang diperhatikan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian menggunakan platform berbasis online yaitu kemudahan dari platform yang akan digunakan, manfaat yang dirasakan serta risiko keamanan atas informasi yang

diberikan, apabila faktor tersebut terpenuhi maka pengguna akan memiliki kecenderungan melakukan transaksi (Suharman 2019, 260).

Berbagai manfaat yang dilengkapi kemudahan yang disediakan pihak Shopee, maka akan mendorong minat konsumen dalam penggunaan Shopee Paylater saat berbelanja. Minat pada penelitian ini adalah minat dalam menggunakan sistem layanan Shopee Paylater. Minat ini merupakan perasaan di mana pengguna aplikasi Shopee akan merasa tertarik pada salah satu fasilitas pembayaran yang disediakan oleh Shopee, yaitu layanan Shopee Paylater tanpa paksaan atau sukarela. Selain itu, pengguna berpendapat bahwa layanan Shopee Paylater akan memberikan manfaat untuk pengguna. Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Playlater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening”.

KAJIAN TEORITIS

Religiusitas

Menurut Wibowo (dalam Nasir, 2020) Dalam konteks keyakinan agama, religiusitas sepenuhnya merupakan masalah pilihan pribadi. Tingkat sebenarnya dari pengabdian agama seseorang hanya diketahui oleh Allah menurut agama Islam. Catatan seseorang tentang pengalaman keagamaannya dapat menjadi titik awal untuk menilai kedalaman pengabdian keagamaannya.

Religiusitas didefinisikan oleh Glock dan Stark Nasir (2020) sebagai □sejauh mana meluasnya pengetahuan, keyakinan, dan pengabdian seseorang terhadap agamanya, serta sejauh mana meluasnya antusiasme seseorang terhadap agama.

Risiko

Menurut Darmawi (2006), risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tidak diinginkan atau tidak terduga. Hal ini didukung pendapat Djojosoedarso (1999), bahwa risiko mempunyai karakteristik yaitu merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa, Merupakan ketidakpastian yang bila terjadi akan menimbulkan kerugian.

Berdasarkan definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa risiko adalah suatu potensi kejadian yang dapat merugikan yang disebabkan karena adanya ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa, dimana ketidakpastian itu merupakan kondisi yang menyebabkan tumbuhnya risiko yang bersumber dari berbagai aktivitas.

Penanganan keluhan

Rambat Lupiyoadi, (2014) dalam Fajar (2017) Keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional pelanggan karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterimanya, baik yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Setiap keluhan yang muncul dari calon pelanggan dan atau pelanggan harus diidentifikasi berdasarkan jenis dan tingkat penyelesaiannya, yang tujuannya adalah untuk mencari jalan keluar yang paling tepat dari keluhan tersebut. Oleh karena itu, pengidentifikasian keluhan konsumen ini sangat penting. Jika dibiarkan, keluhan konsumen bisa berdampak pada ketidakpuasan konsumen yang berkepanjangan (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Shopee Paylater

Menurut Monica, (2020) Shopee PayLater adalah suatu inovasi terbaru dari fitur yang ditawarkan platform Shopee. Shopee PayLater adalah layanan kredit online yang merupakan solusi pinjaman instan. Sedangkan menurut Wafa, (2020) Shopee PayLater adalah metode yang digunakan dalam proses pembayaran dengan bentuk dana pinjaman dari PT. Lentera Dana Nusantara. Selanjutnya, Pengguna dapat membayar tagihannya ke aplikasi Shopee. Shopee PayLater memiliki tujuan untuk memudahkan konsumen memesan barang dan jasa lebih cepat tetapi tidak memiliki uang tunai sehingga transaksinya akan diakses secara online hanya menggunakan smartphone dan internet serta tagihannya akan dibayar di akhir sesuai jatuh tempo yang sudah ditetapkan.

Shopeepaylater merupakan salah satu paylater yang ada di marketplace aplikasi Shopee dan mekanismenya sama dengan paylater lain maka dapat dianalogikan bahwa shopee paylater juga boleh digunakan selama mengikuti persyaratan di. Namun masih terdapat perbedaan pendapat mengenai paylater atau shopee paylater khususnya pada nilai bunga, hal tersebut menjadi pertimbangan karena diperkirakan mengandung unsur riba.

Shopee PayLater memiliki banyak kelebihan diantaranya kemudahan cicilan tanpa perlu mempunyai kartu kredit dan sangat bermanfaat bagi pengguna yang memiliki keterbatasan dana dengan syarat yang mudah. Selanjutnya, dapat dijadikan solusi apabila dihadapkan pada keadaan yang mendesak tanpa rasa kurang nyaman meminjam ke teman atau lainnya. Lalu, bunga dan potongan biaya penanganan termasuk rendah dibanding pinjaman online lain sejenis. Kemudian, pengguna diberi kebebasan memilih tanggal jatuh tempo karena Shopee PayLater tersedia dua tanggal jatuh tempo dalam sebulan yaitu tanggal 5 dan 11, dan yang terpenting fitur Shopee PayLater telah dilindungi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sehingga pengguna tidak perlu takut merasa ditipu dan khawatir (Shabrina, 2021).

Minat

Minat adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu serta mempunyai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat setiap individu tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, di mana setiap individu tentu memiliki minatnya masing-masing (Wildan, 2019). Meskipun individu memiliki minat yang sama terhadap sesuatu, tetapi hal itu terjadi karena dilatarbelakangi oleh faktor tertentu. Untuk mengukur minat ada beberapa indikator yang dapat digunakan diantaranya sebagai berikut (Pavlou, 2010).

1. Rasa ingin menggunakan.
2. Selalu menggunakan.
3. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang

METODE

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara random lalu dianalisis secara kuantitatif/ statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah

ditetapkan (Sugiyono, 2011). Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Dalam penelitian ini terdapat 100 responden dari masyarakat desa pematang johar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini responden yang mengisi kuesioner sebanyak 100 responden. Mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 86% dan laki-laki sebanyak 14%. Berdasarkan usia 19-25 tahun sebanyak 78%,

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah valid atau tidak suatu kuesioner.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0.868	0.195	Valid
	X1.2	0.934	0.195	
	X1.3	0.956	0.195	
Risiko (X2)	X2.1	0.627	0.195	Valid
	X2.2	0.754	0.195	
	X2.3	0.676	0.195	
Penanganan Keluhan Konsumen (X3)	X3.1	0.826	0.195	Valid
	X3.2	0.914	0.195	
	X3.3	0.928	0.195	
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1.1	0.890	0.195	Valid
	Y1.2	0.873	0.195	
	Y1.3	0.877	0.195	
Minat (Z)	Z1.1	0.894	0.195	Valid
	Z1.2	0.907	0.195	
	Z1.3	0.524	0.195	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil tabel data diatas, dapat diketahui bahwa setiap item pernyataan mengenai variabel religiusitas, risiko, penanganan keluhan konsumen, keputusan penggunaan, dan minat menggunakan mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.195), maka sesuai dengan ketentuan setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Al Hawasyi, M. M. H., Sunaryo, H., & ABS, 2019) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam penelitian ini untuk mengukur reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	57.49	32.576	.092	.823
X1.2	57.48	32.353	.143	.821
X1.3	57.48	32.434	.140	.821
X2.1	58.43	29.884	.343	.814
X2.2	58.19	30.216	.334	.814
X2.3	59.10	31.626	.081	.834
X3.1	58.12	31.238	.319	.815
X3.2	58.20	30.323	.442	.809
X3.3	58.18	29.462	.565	.802
Y1.1	58.26	24.578	.715	.783
Y1.2	58.26	26.255	.766	.782
Y1.3	58.41	26.871	.607	.794
Z1.1	58.35	24.674	.720	.782
Z1.2	58.42	25.095	.660	.788
Z1.3	58.95	29.280	.344	.815

Keterangan: Semua kuesioner adalah *reliable* karena Cronbach's Alpha >0.6

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardi zed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.6061000
	Std. Deviation	.21636060
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.042
	Positive	.040
	Negative	-.042
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

Hasil uji normalitas jika riset telah terdistribusi normal yang diperlihatkan adanya *Asymp. Sig. (2-tailed)* sejumlah 0.200 yang sehingga dapat dipakai model regresi berganda

lebih besar dari tingkat signifikansi riset 0.05. Maka dapat dikatakan bahwa data tersebut adalah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas jika $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* > 0.1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.066	2.510		.425	.672		
	Religiusitas	-.040	.152	-.015	-.261	.795	.950	1.053
	Risiko	.072	.095	.047	.763	.448	.863	1.159
	Penanganan Keluhan Konsumen	.042	.110	.024	.378	.706	.804	1.244
	Keputusan Penggunaan Shopee Paylater	.785	.058	.813	13.441	.000	.882	1.133

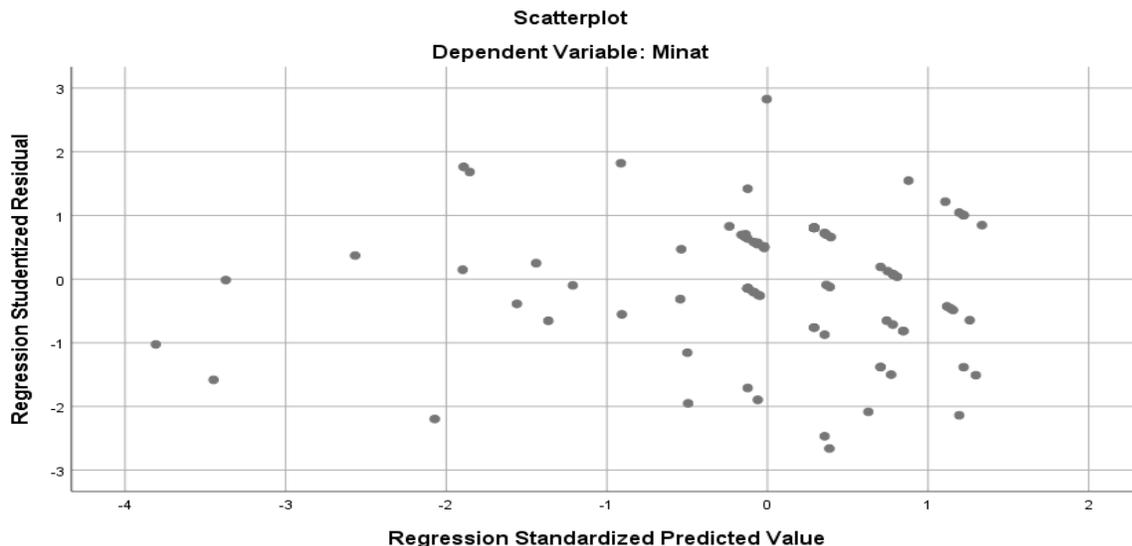
a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2022

Keterangan: Data tidak terjadi multikolinearitas karena nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* > 0.1

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Keterangan: Tidak terjadi heteroskedastisitas pola penyebaran data terlihat normal.

4. Uji t

Melihat pengaruh dan signifikansi variabel independent atas variabel dependen diperlukan uji t. Pengambilan keputusan uji t (berpengaruh dan signifikan), jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka secara signifikan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Uji t (Model 1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.197	4.364		.962	.339
	Religiusitas	-.053	.266	-.020	-.200	.842
	Risiko	.260	.163	.162	1.591	.115
	Penanganan Keluhan Konsumen	.461	.186	.257	2.478	.015

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Shopee Paylater

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

Dari regresi model pertama Religiusitas X1 $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-.200 < 1.98472$) dan nilai sig $0.842 > 0.05$ artinya Religiusitas (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater (Y).

Sementara untuk Risiko X2 $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.591 < 1.98472$) dan nilai sig $0.115 > 0.05$ artinya Risiko (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater (Y)

Sementara untuk Penanganan Keluhan Konsumen (X3) $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.478 > 1.98472$) dan nilai sig $0.015 < 0.05$ artinya Penanganan Keluhan Konsumen (X2) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Shopee Paylater (Y).

Tabel 8. Uji t (Model 2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.066	2.510		.425	.672
	Religiusitas	-.040	.152	-.015	-.261	.795
	Risiko	.072	.095	.047	.763	.448
	Penanganan Keluhan Konsumen	.042	.110	.024	.378	.706
	Keputusan Penggunaan Shopee Paylater	.785	.058	.813	13.441	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

Dari regresi model pertama Religiusitas (X1) $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-.261 < 1.98498$) dan nilai sig $0.795 > 0.05$ artinya Religiusitas (X1) tidak berpengaruh terhadap Minat (Z).

Sementara untuk Risiko (X2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.763 < 1.98498$) dan nilai sig $0.448 > 0.05$ artinya Risiko (X2) tidak berpengaruh terhadap Minat (Z)

Sementara untuk Penanganan Keluhan Konsumen (X3) $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.378 < 1.98498$) dan nilai sig $0.706 > 0.05$ artinya Penanganan Keluhan Konsumen (X2) berpengaruh signifikan terhadap Minat (Z)

Sementara untuk Keputusan Penggunaan Shopee Paylater (Y) $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13.441 > 1.98498$) dan nilai sig $0.000 < 0.05$ artinya Keputusan Penggunaan Shopee Paylater (Y) berpengaruh signifikan terhadap Minat (Z).

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk menganalisa model regresi yang dibentuk. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat menyatakan besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Koefisien Determinasi (Model 1)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 ^a	.118	.090	2.250

a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan Konsumen, Religiusitas, Risiko

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

Maka R square model pertama adalah 0.118 atau 11,8%, artinya sumbangan pengaruh X1 X2 dan X3 terhadap Y adalah 11,8% sementara sisanya 88,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Untuk mencari e-1 dapat menggunakan rumus $e1 = \sqrt{1 - 0.118} = 0.9391$.

Tabel 10. Koefisien Determinasi (Model 2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.833 ^a	.694	.681	1.288

a. Predictors: (Constant), Keputusan Penggunaan Shopee Paylater, Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

Maka R square model pertama adalah 0.694 atau 69.4%, artinya sumbangan pengaruh X1 X2, X3 dan Y terhadap Z adalah 69,4% sementara sisanya 30,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Untuk mencari e-2 dapat menggunakan rumus $e2 = \sqrt{1 - 0.694} = 0.5532$.

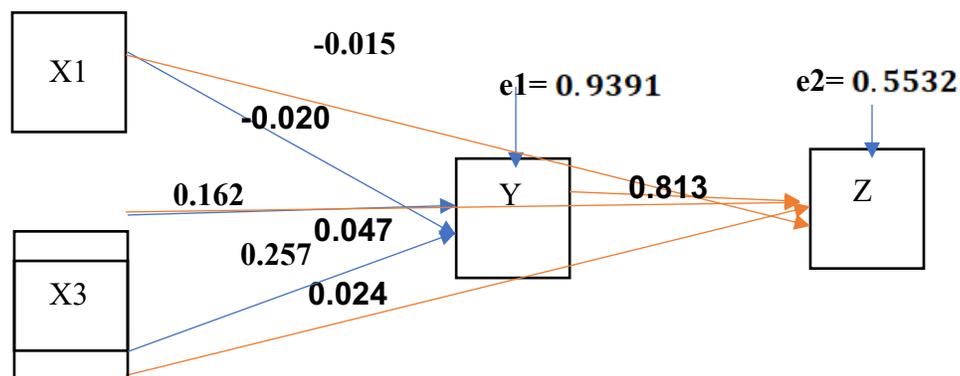
6. Uji F (Kelayakan Model)

Uji F yang telah dilakukan pada kedua model menghasilkan F_{hitung} model pertama 4.265, artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4.265 > 3.09$). Serta nilai signifikannya $0.007 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan dari uji F Religiusitas, Risiko dan Penanganan Keluhan Konsumen secara simultan dan bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater.

F_{hitung} model kedua sebesar 53.783, artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($53.783 > 2,47$). Serta nilai signifikannya $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan dari uji F X_1, X_2, X_3 dan Y secara simultan dan bersama-sama berpengaruh terhadap terhadap Z. Berdasarkan kedua hasil uji F maka model penelitian ini layak dan pengujian selanjutnya bisa dilakukan.

7. Analisis Jalur

Tabel 11. Analisis jalur



Tabel 12. Uji signifikansi analisis jalur (Model 1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.197	4.364		.962	.339
	Religiusitas	-.053	.266	-.020	-.200	.842
	Risiko	.260	.163	.162	1.591	.115
	Penanganan Keluhan Konsumen	.461	.186	.257	2.478	.015

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Shopee Paylater

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

dari tabel 12 dinyatakan bahwa nilai koefisien beta religius - 0,020 dan nilai signifikansi 0,842. Nilai signifikansi $> 0,05$ dan dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan. Nilai koefisien beta risiko 0,162 dan nilai signifikansi 0,115. Nilai signifikansi $> 0,05$ dan dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan. Nilai koefisien penanganan keluhan konsumen 0,257 dan nilai signifikansi 0,015. Nilai signifikansi $< 0,05$ dan dapat dikatakan berpengaruh signifikan.

Tabel 13. Uji signifikansi analisis jalur (Model 2)

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.066	2.510		.425	.672
	Religiusitas	-.040	.152	-.015	-.261	.795
	Risiko	.072	.095	.047	.763	.448
	Penanganan Keluhan Konsumen	.042	.110	.024	.378	.706
	Keputusan Penggunaan Shopee Paylater	.785	.058	.813	13.441	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25,2022

dari tabel 13 dinyatakan bahwa nilai koefisien beta religius - 0,015 dan nilai signifikansi 0,795. Nilai signifikansi > 0,05 dan dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan. Nilai koefisien beta risiko 0,047 dan nilai signifikansi 0,448. Nilai signifikansi > 0,05 dan dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan. Nilai koefisien beta penanganan keluhan konsumen 0,024 dan nilai signifikansi 0,706. Nilai signifikansi > 0,05 dan dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan. Nilai koefisien keputusan penggunaan 0,813 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi < 0,05 dan dapat dikatakan berpengaruh signifikan.

8. SOBEL TEST

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.362	4.233		1.030	.305
	Religiusitas	-.081	.258	-.031	-.316	.753
	Risiko	.276	.158	.178	1.744	.084
	Penanganan Keluhan Konsumen	.404	.180	.233	2.236	.028

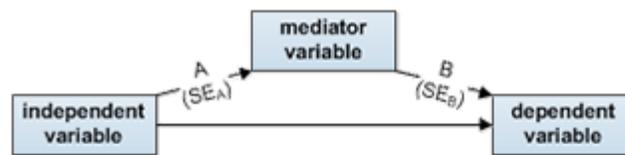
a. Dependent Variable: Minat

Dari tabel hasil regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi, standard error dan signifikansinya sebagai berikut

1. X1 Melalui Z Terhadap Y

X1 Koefisien Regresinya -0.031, Standart Error 0.258

Z Koefisien Regresinya 0.807, Standart Error 0.062

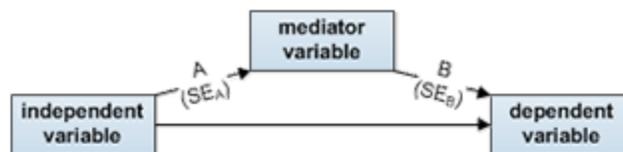
A: ?B: ?SE_A: ?SE_B: ?**Calculate!****Sobel test statistic: -0.12014992****One-tailed probability: 0.45218219****Two-tailed probability: 0.90436439**

Sumber: Diolah di website <https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31>
Mengacu pada hasil diatas, $0.45 > 0.05$ artinya variabel Z tidak mampu memediasi hubungan X1 terhadap Y

2. X2 Melalui Z Terhadap Y

X2 Koefisien Regresinya 0.178, Standart Error 0.158

Z Koefisien Regresinya 0.807, Standart Error 0.062

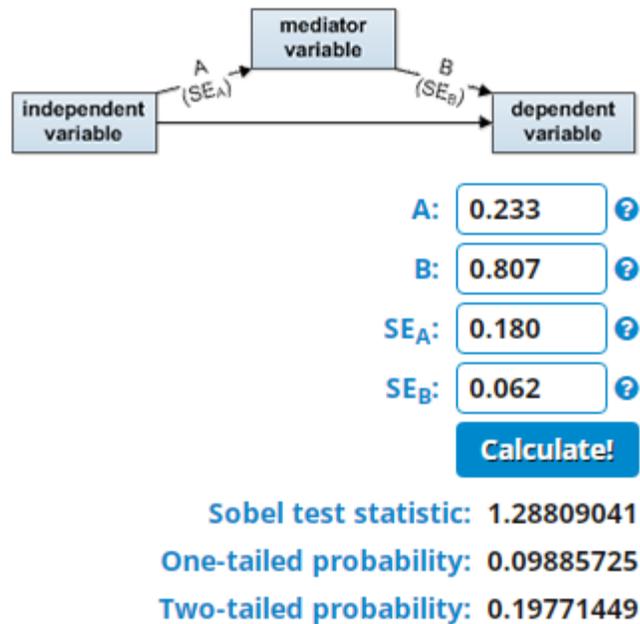
A: ?B: ?SE_A: ?SE_B: ?**Calculate!****Sobel test statistic: 1.12238601****One-tailed probability: 0.13084918****Two-tailed probability: 0.26169835**

Mengacu pada hasil diatas, $0.13 > 0.05$ artinya variabel Z tidak mampu memediasi hubungan X2 terhadap Y

3. X3 Melalui Z Terhadap Y

X2 Koefisien Regresinya 0.233, Standart Error 0.180

Z Koefisien Regresinya 0.807, Standart Error 0.062



Mengacu pada hasil diatas, $0.09 > 0.05$ artinya variabel Z tidak mampu memediasi hubungan X3 terhadap Y

KESIMPULAN

1. Analisis Pengaruh X1 terhadap Y; dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikansi $0.842 > 0.05$. Sehingga tidak ada pengaruh langsung X1 terhadap Y.
2. Analisis Pengaruh X2 terhadap Y; dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikansi $0.115 > 0.05$. Sehingga tidak ada pengaruh langsung X2 terhadap Y.
3. Analisis Pengaruh X3 terhadap Y; dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikansi $0.015 < 0.05$. Sehingga ada pengaruh langsung dan signifikan X3 terhadap Y.
4. Analisis Pengaruh X1 terhadap Z; dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikansi $0.795 > 0.05$. Sehingga tidak ada pengaruh langsung X1 terhadap Z.
5. Analisis Pengaruh X2 terhadap Z; dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikansi $0.448 > 0.05$. Sehingga tidak ada pengaruh langsung X2 terhadap Z.
6. Analisis Pengaruh X3 terhadap Z; dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikansi $0.706 > 0.05$. Sehingga tidak ada pengaruh langsung X3 terhadap Z.
7. Analisis Pengaruh Y terhadap Z; dari analisis diatas dapat diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga ada pengaruh langsung dan signifikan Y terhadap Z.
8. Analisis X1 melalui Y terhadap Z; diketahui pengaruh langsung X1 terhadap Z (lihat gambar analisis jalur bagian 2) adalah -0.015 . Sementara pengaruh tidak langsung X1 melalui Y terhadap Z adalah perkalian antara nilai Beta X1 terhadap Y dan Y terhadap Z yaitu: $-0.020 \times 0.813 = -0.01626$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar -0.015 dan pengaruh tidak langsung sebesar -0.01626 yang berarti nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil daripada pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X1 melalui Y tidak mempunyai pengaruh terhadap Z.
9. Analisis X2 melalui Y terhadap Z; diketahui pengaruh langsung X2 terhadap Z (lihat gambar analisis jalur bagian 2) adalah 0.047 . Sementara pengaruh tidak langsung X2 melalui Y terhadap Z adalah perkalian antara nilai Beta X2 terhadap Y dan Y terhadap Z yaitu: $0.162 \times 0.813 = 0.131706$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0.201 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0.047 yang berarti nilai pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X2 melalui Y mempunyai pengaruh terhadap Z.
10. Analisis X3 melalui Y terhadap Z; diketahui pengaruh langsung X3 terhadap Z (lihat gambar analisis jalur bagian 2) adalah 0.024 . Sementara pengaruh tidak langsung X3 melalui Y terhadap Z adalah perkalian antara nilai Beta X2 terhadap Y dan Y terhadap Z yaitu: $0.257 \times 0.813 = 0.208941$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0.024 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0.208941 yang berarti nilai pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X3 melalui Y mempunyai pengaruh terhadap Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatasya, N., (2020). Pengaruh Penggunaan Fotur Shopee paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FISIP USU. Repository Institusi Universitas Sumatera Utara
- Darmawi, H. 2006. Manajemen Risiko. Cetakan kesepuluh. Jakarta : Bumi Aksara.
- Dedi Purwana dan Nurdin Hidayat, 2018. Studi Kelayakan Bisnis, Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Djojosoedarso, S. 1999. Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Ansuransi. Jakarta : Salemba Empat
- Faisol. A., Asiyah. S., Fitria. A., (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee. e Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Unisma Vol.10, No.4.
- Fajar Andriana. 2017. Pengaruh Kepercayaan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Fiber Di Pt.Telkom Divisi Regional Iii Home Service Ii Bandung. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Komputer Indonesia
- Fanny, A., P., & Sri, S., I., (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee paylater. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 8, No. 3
- Harahap, R. S. (2020). Pengaruh pengetahuan tentang riba dan religiusitas terhadap keputusan. Skripsi
- Hartawan, E., Liu, D., Handoko, M., Evan, G., & Widjojo, H. (2021). Pengaruh Iklan Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Masyarakat Pada E-Commerce. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.33853>
- Kristiawan, A., Nursalin, K. K., Gunawan, I., & F.Yo, J. A. (2021). Pengaruh Pengalaman Berbelanja Online Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Segmen : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Pelanggan Shopee Dan Jd.Id). *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(2). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i2.35107>
- Monica, M. A. 2020. Analisis Hukum Islam Terhadap Pinjaman Uang Elektronik Shopee paylater Pada E-Commerce. Fakultas Syariah dan Hukum, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Nasir, M. D. A. (2020). Religiusitas Mahasiswa Perbankan Syariah S1 Uin Malang Yang Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 21-29. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jes/article/view/1439>
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce Dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan Di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 4(1), 226.
- Pavlou PA. 2010. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. 7 (3): 69-103.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Erlangga.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suharman. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Aplikasi Online Start-Up Di Kota Medan. *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 7(3), 260

- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Sugiyono.+++2011.+Metode+++Penelitian+++Kualitatif%2C+Kuantitatif%2C+dan+R%26D.+Bandung%3A+Alfa+beta.&btnG=
- Tarigan, AzhariAkmal. 2012. Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi; Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-kata Kunci Dalam Al-Qur'an. Citapustaka Media Perintis.Medan
- Tjiptono, Fandy. 2019. Pemasaran Jasa. Yogyakarta:CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2016. Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4. Yogyakarta:CV Andi Offset.
- Wafa, Ah Khairul, Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap ShopeePayLater, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol.4, No. 1, 2020.
- Wildan, Muhammad. 2019. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech). Skripsi Sarjana tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 2(2), 51. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>