

**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR SHOPEE PAYLATER DAN FITUR COD
SEBAGAI PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP PERILAKU
KONSUMEN MAHASISWA
DI MAKASSAR****Athira Maharani Rauf^{*1}, Mariah², Shandra Bahasoan³**^{1,2,3} Prodi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel IndonesiaEmail: ^{*1} maharanyathira@gmail.com, ^{*2} mariah@stienobel-indonesia.ac.id
, ^{*3} bahasoanshandra@gmail.com**Abstrak**

Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee Paylater dan Fitur Cod Sebagai Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa di Makassar, dibimbing oleh Mariah dan Shandra Bahasoan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Seberapa besar Fitur Shopee PayLater berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar (2) Seberapa besar Fitur COD berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar (3) Seberapa besar pengaruh Fitur Shopee PayLater dan COD berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang merupakan mahasiswa pengguna Shopee yang ada di Makassar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Fitur Shopee Paylater secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar (2) Fitur COD secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar (3) Secara simultan Shopee Paylater dan COD memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar.

Kata Kunci : *Shopee PayLater, Cash on Delivery (COD), Perilaku Konsumen Mahasiswa.***Abstract**

The Influence of Using the Shopee PayLater Feature and the Cod Feature as Digital Payments on Consumer Behavior of Students in Makassar, supervised by Mariah and Shandra Bahasoan.

This study aims to find out (1) How much the Shopee PayLater Feature has a partial effect on student consumer behavior in Makassar (2) How much the COD Feature has a partial effect on student consumer behavior in Makassar (3) How much the Shopee PayLater and COD Features effect simultaneously on student consumer behavior in Makassar.

This research uses quantitative methods by collecting data through questionnaires.

The sample in this study was 100 respondents who were students using Shopee in Makassar. The results of this study indicate that (1) The Shopee PayLater feature partially has no effect on student consumer behavior in Makassar (2) The COD feature partially has a

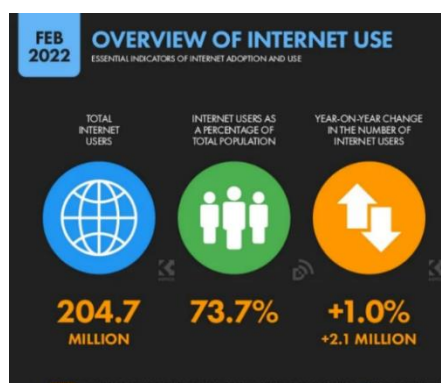
positive and significant influence on student consumer behavior in Makassar (3) Simultaneously Shopee PayLater and COD have a positive and significant influence on consumer behavior of students in Makassar.

Keywords : *Shopee PayLater, COD (Cash on Delivery), Student Consumer Behaviour.*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan era teknologi yang tumbuh cepat, perubahan sistem pembayaran pun juga semakin berkembang. Di dunia elektronik yang mandiri ini semakin menggantikan peran uang kertas menjadi uang digital atau yang biasa disebut sebagai *electronic money (e-money)*. Menurut Bank Indonesia (2020) dalam (Amelia 2021) Sistem pembayaran yang saat ini berkembang di dunia termasuk di Indonesia adalah *financial technology (fintech)*. *Fintech* merupakan penggabungan antara teknologi informasi dan jasa finansial yang dapat menjadikan transaksi dilakukan dengan cepat tanpa perlu mengkhawatirkan jarak.

Secara umum, *fintech* adalah istilah umum untuk layanan keuangan yang didukung teknologi inovatif dan model bisnis yang menyertai layanan tersebut. Dalam istilah yang lebih sederhana, *fintech* dapat digunakan untuk menggambarkan inovasi apa pun yang berkaitan dengan bagaimana bisnis berupaya meningkatkan proses, penyampaian, dan penggunaan layanan keuangan (Mention 2019). Menurut (Kalakota and Whinston 1997) e-commerce merupakan kegiatan belanja secara online dalam transaksi uang digital sebagai aspek pembayaran dengan menggunakan jaringan internet.



Gambar 1 Pengguna Internet di Indonesia tahun 2022

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Pada gambar 1 diatas pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022 sebanyak 204,7 juta jiwa. Tingkat penerobosan pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Data menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta (+1,0 persen) antara tahun 2021 dan 2022. (Kemp and Reportal)

Di Indonesia, belanja secara online telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang. Pertumbuhan *e-commerce* yang terus meningkat di Indonesia seperti *marketplace* Shopee yang ikut meramaikan industri ini. Shopee merupakan aplikasi *mobile marketplace* pertama bagi konsumen-ke-konsumen (C2C) yang aman, menyenangkan, mudah, dan praktis dalam jual beli.

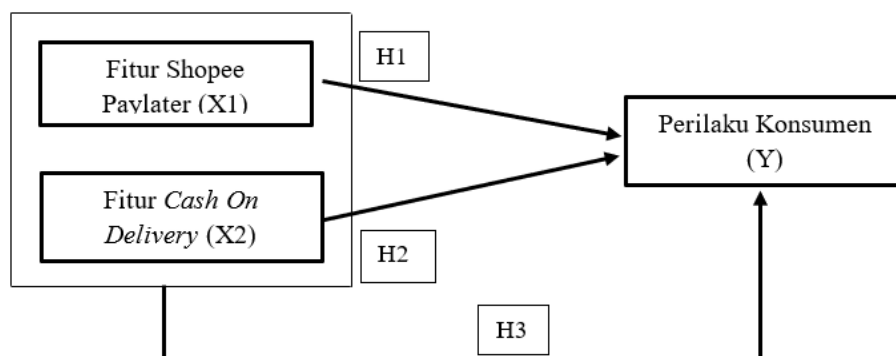
Semakin merebaknya *e-commerce*, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua kebutuhan dan keinginan, yang mana memiliki priotitas tersendiri untuk memenuhinya. Sedangkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai. Oleh karena itu, saat ini ada perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang membuka layanan *PayLater* untuk pembayaran cicilan tanpa kartu kredit salah satunya adalah Aplikasi Shopee.

Shopee sebagai pembayaran digital dengan *tagline* “beli sekarang, bayar nanti” disebut *ShopeePayLater*. *ShopeePayLater* dapat dilakukan dengan pembelian terlebih dahulu dan membayarnya di bulan berikutnya atau dengan metode cicilan selama beberapa bulan. Selain sebagai metode pembayaran di Shopee dapat juga digunakan untuk membayar tagihan *ShopeepayLater*. (Shopee 2022).

Selanjutnya fitur (*Cash On Delivery*) atau COD merupakan metode pembayaran yang dilakukan oleh penjual kepada pembeli dalam bertransaksi suatu barang secara tunai ketika pesanan tiba. Pada beberapa kondisi COD bisa dilakukan oleh kurir yang mengantarkan barang kepada pembeli. Biasanya COD dilakukan dengan membayar uang tunai kepada kurir langsung.

Besarnya manfaat dan kemudahan yang di berikan oleh penggunaan Fitur *Shopee Pay Later* dan Fitur COD ini membuat peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruhnya di Mahasiswa. Dan peneliti memilih judul ini juga dilakukan karena keduanya merupakan sebuah teknologi baru dalam hal pembayaran digital, sehingga peneliti dapat mengukur pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini akan dilakukan di Kota Makassar, Penelitian ini akan berfokus pada seberapa besar penggunaan Fitur *Shopee Pay Later* dan Fitur COD pada mahasiswa di Makassar.

Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh penggunaan fitur *Shopee Paylater* dan fitur COD terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar dibawah ini:



Gambar 2. Kerangka Berfikir

HIPOTESIS PENELITIAN

Berdasarkan penjabaran beberapa pengertian dan penelitian yang relevan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H₁ : Fitur *Shopee Paylater* memengaruhi perilaku konsumen mahasiswa secara parsial.
2. H₂: Fitur COD (*Cash On Delivery*) memengaruhi perilaku konsumen mahasiswa secara parsial.
3. H₃: Fitur *Shopee Paylater* dan Fitur COD (*Cash On Delivery*) memengaruhi perilaku konsumen mahasiswa secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa pengguna Shopee yang berlokasi di Indonesia, Provinsi Sulawesi Selatan, Kota Makassar, dan penelitian ini berlangsung mulai dari bulan februari 2023 sampai pada bulan maret 2023.

Penelitian ini menggunakan *non-probabilty sampling* karena jumlah anggota populasi tidak diketahui, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa yang berdomisili di kota Makassar yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*Unknown Population*).

Pengambilan sampel metode *purposive sampling* merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak di selidiki. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah responden kuesioner pengguna *platform* shopee yang pernah menggunakan fitur ShopeePaylater dan pernah menggunakan Fitur COD sebagai pembayaran. Pengambilan besar sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan Rumus Sample unknown population. Rumus ini digunakan untuk sample yang tidak diketahui populasinya dengan tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95%. Setelah dilakukan perhitungan maka didapatkan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 responden.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuesioner yang akan dilakukan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Adapun tujuan dari penggunaan metode kuantitatif adalah untuk mencari hubungan yang menjelaskan sebab-sebab dalam fakta sosial di lapangan secara terukur, dalam upaya menunjukkan hubungan variabel sekaligus menganalisisnya.

Sumber data dari penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner atau serangkaian daftar pertanyaan yang telah disusun dan diajukan oleh peneliti. Data tersebut meliputi pengguna shopee paylater dan fitur cod yang mempengaruhi perilaku konsumen. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner adalah konsumen yang memakai Fitur ShopeePaylater dan Fitur COD. Sedangkan Data Sekunder diperoleh dari *literature*, jurnal penelitian terdahulu, majalah yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan studi pustaka yang diperoleh dari beberapa buku yang mendukung penelitian sehingga memperoleh gambaran teoritis dari masalah yang akan diteliti.

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji validitas, uji reliabilitas, koefisien determinasi, uji T dan uji F. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dengan apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan. Data ini akan diolah melalui aplikasi SPSS, dan data yang akan digunakan berskala interval atau rasio

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
HASIL****Uji Validitas**

Menurut Ghozali (2012) uji validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (correlated item – total correlation) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 1
Hasil Uji Validasi

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Keterangan
X1 (Fitur Shopee Paylater)	X1.1	0,764	Valid
	X1.2	0,747	Valid
	X1.3	0,849	Valid
	X1.4	0,688	Valid
	X1.5	0,796	Valid
X2 (Fitur Cash on Delivery)	X2.1	0,841	Valid
	X2.2	0,850	Valid
	X2.3	0,901	Valid
	X2.4	0,655	Valid
	X2.5	0,806	Valid
Y (Perilaku Konsumen)	Y1	0,748	Valid
	Y2	0,790	Valid
	Y3	0,691	Valid
	Y4	0,687	Valid
	Y5	0,718	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengolahan pada tabel 1 di atas ini, menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid untuk mengukur instrumen dalam penelitian ini karena seluruh nilai korelasinya di atas 0,300. Dalam uji validitas maka batas nilai korelasi adalah minimal 0,300 dapat dinyatakan valid (Santoso, 2021:168).

Maka dari hasil tersebut data dapat diikutsertakan lagi pada tahap pengolahan data selanjutnya karena data yang diolah sudah baik. Seluruh indikator variabel dapat memenuhi nilai validitas yang telah disyaratkan atau dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan variabel dikatakan valid (Santoso, 2021:168).

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrument pernyataan yang digunakan untuk mengukur bersifat terpercaya dan konstan. Sesuai dengan tabel standar Cronbach's Alpha, nilai koefisien reliabilitas wajib lebih dari 0,70 untuk menyatakan bahwa item yang digunakan bersifat reliabel.

Tabel 2
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	0,826	5
X2	0,872	5
Y	0,766	5

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan hasil secara lengkap dapat dilihat pada tabel 2 di atas ini, menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam kuesioner memenuhi nilai uji Reliabilitas yang telah disyaratkan. Dengan seluruh indikator variabel sudah valid, menunjukkan juga bahwa variabel penelitian dalam kuesioner sudah memenuhi batas nilai uji Cronbach's Alpha yaitu sudah lebih dari 0,700 sehingga dinyatakan reliabel. Hasil tersebut dapat diterima dan menyatakan bahwa jika indikator pernyataan kuesioner disajikan kepada responden yang sama atau berbeda, hasilnya akan cukup reliabel, tetap konsisten dan relevan untuk mengukur variabel (Santoso, 2021:170).

Hal ini tentunya didukung juga karena seluruh nilai korelasi di atas 0,300. Indikator tersebut benar-benar mengukur yang ingin diukur dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan pada tahap pengolahan data selanjutnya (Santoso, 2021:168).

Uji Regresi Berganda

Uji regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Persamaan dari analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Y = Perilaku Konsumen (Mahasiswa)

a = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien regresi

X1 = Fitur Shopee PayLater

X2 = Fitur COD

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.589	1.191		8.889	.000
	Shopee Paylater	.086	.060	.126	1.428	.157
	Cash On Delivery	.437	.068	.572	6.472	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dianalisis model estimasi sebagai berikut:

$$Y = 10,589 + 0,086 + 0,437$$

Y = Perilaku Konsumen
B = Koefisien Regresi
X1 = Fitur Shopee Paylater
X2 = Fitur Cash on Delivery

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

- Fitur Shopee Paylater memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,086. Namun memiliki nilai signifikansi sebesar 0,157 yang lebih besar dari 0,050 berarti Fitur Shopee Paylater tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumen mahasiswa di Makassar.
- Fitur Cash on Delivery memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,437. Nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,050 berarti Fitur Cash on Delivery memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumen mahasiswa di Makassar. Hubungannya menunjukkan hubungan yang searah terhadap Perilaku Konsumen mahasiswa di Makassar

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Gozhali (2012) Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang mengecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel X terhadap Y, yaitu dengan cara:

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R= Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel yang diteliti

Tabel 4
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square
1	.641	.411

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa hasil nilai koefisien determinasi atau nilai R Square yang diperoleh penelitian ini bernilai sebesar 0,411 atau dalam hal ini berarti dapat dijelaskan bahwa 41,1% variabel Perilaku Konsumen dapat dipengaruhi oleh variabel Fitur Shopee Pay Later dan Fitur Cash on Delivery sedangkan sisanya 60% dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas informasi, kualitas pelayanan dan promosi-promosi lainnya. (Priyastama, 2017:160).

Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05 (Firdaus, 2004). Kriteria uji yang diajukan : Jika t hitung > t tabel pada α= 5% maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dan juga Jika t hitung < t tabel pada α= 5% maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Tabel 5
Uji-t (Parsial)

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.589	1.191		8.889	.000
	Shopee Paylater	.086	.060	.126	1.428	.157
	Cash On Delivery	.437	.068	.572	6.472	.000

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output path coefficients pada tabel 51 di atas.

a. Hasil Uji Hipotesis 1

H1: Fitur Shopee Paylater (X1) memengaruhi perilaku konsumen mahasiswa di Makassar (Y) secara parsial.

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian statistik T menunjukkan nilai signifikansi variabel fitur Shopee Paylater sebesar 0,157. Dengan nilai probabilitas lebih besar dari 0,050 maka hipotesis 1 tidak didukung secara statistik. Artinya variabel fitur Shopee Paylater tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar.

b. Hasil Uji Hipotesis 2

H2: Fitur Cash on Delivery (X2) memengaruhi perilaku konsumen mahasiswa di Makassar (Y) secara parsial.

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian statistik T menunjukkan nilai signifikansi variabel fitur Cash on Delivery sebesar 0,000. Koefisien regresi fitur Cash on Delivery sebesar 0,437 dan nilai T sebesar 6,472. Dengan nilai probabilitas kurang dari 0,050 maka hipotesis 2 didukung secara statistik. Artinya variabel fitur Cash on Delivery memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar.

Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2012) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria sebagai berikut: Menentukan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 10\%$ atau 0,1 Menghitung Uji F (F-Test). Rumus yang digunakan adalah:

$$F \text{ Hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-K-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi gabungan

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

X = Variabel independen

Y = Variabel terikat

Tabel 6**Uji-F (Simultan)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	510.483	2	255.242	33.912	.000
	Residual	730.077	97	7.527		
	Total	1240.560	99			

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Didapatkan F hitung sebesar 33,912 dengan probabilitas 0,000 yang lebih kecil dari 0,050 sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Perilaku Konsumen. Karena probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,050 maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi Perilaku Konsumen atau dapat disimpulkan Fitur Shopee Pay Later dan Fitur Cash on Delivery secara bersama-sama berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen (Priyastama, 2017:160-161).

PEMBAHASAN**1. Pengaruh Fitur Shopee PayLater secara parsial terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa di Makassar**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis variabel Shopee Paylater di atas menunjukkan bahwa Fitur Shopee Paylater memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,086. Namun memiliki nilai signifikansi sebesar 0,157 yang lebih besar dari 0,050 maka disimpulkan Fitur Shopee Paylater tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumen mahasiswa di Makassar.

Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak konsumen mahasiswa yang tidak menggunakan paylater secara impulsive untuk melakukan pembelian di Shopee. Dan juga mayoritas responden mahasiswa di Makassar belum lama menggunakan fitur Shopee paylater serta penggunaan yang masih terkendali.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oliver (2013) dan Rook & Fisher (1995) karena Fitur Shopee Paylater bukan menjadi faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen mahasiswa di Makassar.

2. Pengaruh Fitur COD (Cash On Delivery) secara parsial terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa di Makassar

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis variabel Fitur COD di atas menunjukkan bahwa Fitur COD memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,437. Lebih kecil dari 0,050 maka disimpulkan variabel fitur Cash on Delivery memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu Pulungan (2022) dan Pasaribu (2022). Metode pembayaran Cash on Delivery (COD) merupakan metode pembayaran yang menawarkan rasa aman, jaminan privasi, dan kepercayaan bagi konsumen karena bentuk paling penting dalam setiap jenis usaha dan bisnis daring adalah sebuah kepercayaan.

3. Pengaruh Fitur Shopee PayLater dan Fitur COD secara simultan terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa di Makassar

- a. Berdasarkan Nilai Signifikansi (Sig.) dari Output Anova
Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui nilai sig. adalah sebesar 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.
- b. Berdasarkan Perbandingan Nilai F Hitung dengan F Tabel
Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui nilai F hitung adalah sebesar 33,912. Karena nilai F hitung $33,912 > F$ tabel 2,70, maka disimpulkan variabel (X1) Fitur Shopee PayLater (X2) Fitur COD berpengaruh terhadap (Y) Perilaku Konsumen secara simultan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang disampaikan di atas, ada pun peneliti memberikan saran berupa rekomendasi yang diharapkan mungkin bisa digunakan bagi peneliti di masa depan bagi yang ingin mengangkat topik penelitian serupa. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, berikut beberapa rekomendasi di bawah ini:

1. Untuk penelitian selanjutnya supaya mendapatkan hasil penelitian lebih akurat, sebaiknya peneliti dapat melakukan penelitian dengan menggunakan objek yang berbeda atau yang lebih luas.
2. Untuk penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian variabel-variabel yang mempunyai pengaruh besar terhadap Shopee.
3. Hasil dari penelitian selanjutnya dapat lebih bervariasi dari penelitian kali ini.
4. Untuk konsumen e-commerce di Indonesia khususnya konsumen mahasiswa pengguna Shopee di Makassar, sebaiknya merencanakan dan memikirkan dengan baik sebelum memutuskan untuk menggunakan paylater mengenai pembelian yang akan dilakukan baik pembelian rutin bulanan maupun yang lainnya. Kontrol diri dan gunakan secara bijak sebelum menggunakan fitur Shopee Paylater agar tidak terjadi telat bayar atau penumpukan pembayaran cicilan menyesuaikan besarannya dengan kemampuan finansial. Jangan mudah tergiur oleh pembayaran cicilan atau sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan. Kendalikan emosional dan psikologis kita terhadap promo-promo yang menggiurkan namun sebenarnya barangnya tidak terlalu diperlukan.
5. Untuk perusahaan e-commerce khususnya Shopee, sebaiknya penting untuk selalu menjamin privasi, kenyamanan, dan keamanan konsumen saat berbelanja di e-commerce karena akan meningkatkan rasa kepercayaan dan minat konsumen. Jika konsumen mengalami kendala pada pembelian mereka baik pada kondisi barang yang diterima atau lainnya, pihak perusahaan e-commerce harus sigap dan cepat dalam menangani permasalahan konsumen tersebut. Segera berikan tindakan tegas kepada toko-toko yang nakal atau berbuat curang kepada konsumen. Hal ini akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja di e-commerce.

KESIMPULAN

Jika di lihat dari penjelasan sebelumnya pada penelitian ini, membahas tentang analisa berbagai variabel dengan menggunakan aplikasi pengolah data SPSS. Setelah melalui berbagai pengumpulan data, pengolahan data serta analisis, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama Fitur Shopee PayLater tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar
2. Hipotesis kedua Fitur COD berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar
3. Hipotesis ketiga Fitur Shopee Paylater dan Fitur COD berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Makassar

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah., Abdul Rahman Abdi, and Mashur Razak, 2021, *Pasar Modal Syariah*, cetakan pertama, Nobel Press, Makassar
- Anggini Asmara Dewati¹, M. (2021). *DETERMINAN MINAT MAHASISWA BERINVESTASI*. 4(1), 45–60. <https://doi.org/10.29303/akurasi.v4i1.71>
- et. al, A. (2021). *Pasar Modal Syariah di Indonesia: Tinjauan Teori dan Aspek Hukum*. <http://repo.handayani.ac.id/52/>
- Agusta, L., Sutanto, M., Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). *Karyawan Cv Haragon Surabaya. Pengaruh Pelatihan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv Haragon Surabaya*, 1(3), 9.
- Al Umar, A. U. A., & Zuhri, S. (2019). *Pengaruh Manfaat , Pengetahuan Dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Study Kasus Pada Mahasiswa IAIN Salatiga)*. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 129–138.
- Fahmi, Irham, 2014, *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*, Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Ghozali, I., 2016, *Aplikasi Analsis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, Cetakan Ketujuh, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Linda Puspita Yani, K., Sara, I. M., & Erna Trisna Dewi, A. A. . (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Investor Pemula Yang Terdaftar di Galeri Investasi Universitas Warmadewa)*. *Jurnal Riset Akuntansi Warmadewa*, 1(2), 37–45. <https://doi.org/10.22225/jraw.1.2.1838.37-45>
- Maulana, A. M., & Kaukab, M. E. (2020). *Apa Yang Mempengaruhi Mahasiswa Berminat Investasi Saham?* *Neraca*, 16(1), 1–13. <https://jurnal.umpp.ac.id/index.php/neraca/article/view/486>
- Merawati, L. K., & Putra, I. P. M. J. S. (2015). *Kemampuan Pelatihan Pasar Modal Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Penghasilan Pada Minat Berinvestasi Mahasiswa*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 10(2), 105–118.

- Marsis, Setiawan, Adi, 2013, *Rahasia Terbesar Investasi*, Cetakan Pertama, Second Hope, Yogyakarta.
- P, A. A. (2019). *Pengembangan minat belajar dalam pembelajaran*. III(36), 205–215.
- Masyarakat, M., Sukuk, B., & Yuliati, L. (2011). *Faktor-faktor sukuk*. 19, 103–126.
- Sahputra, H., Junaidi, A., & Putra, M. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Swasta Di Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(2), 131–152. <https://doi.org/10.36085/jam-ekis.v3i2.973>
- Samudra, T., Maslichah, & Sudaryanti, D. (2019). E-JRA Vol. 08 No. 01 Februari 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-Jra*, 08(03), 12–28.
- Siti, B., Hidayati, A., Bintang, S., & Putra, M. (2021). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MANFAAT INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN RETURN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram) Latar Belakang Pasar mo*. 9(1).
- Sekaran, Uma, 2006, *Research Methods for Business*, Edisi Empat, Salemba Empat, Jakarta.
- Wardah, S., & Amrul, R. (2020). Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jbma*, VII(1), 55–68.
- Wibowo, A., & Purwohandoko. (2018). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Fe Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Fe Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 192–201.
- Zulpiana, S. (2019). *Pengaruh Motivasi, Pelatihan Dan Return Saham Terhadap Minat Mahasiswa Stie Nobel Indonesia Makassar Berinvestasi Di Pasar* <http://repository.stienobel-indonesia.ac.id/handle/123456789/299>
- <https://www.ksei.co.id/>, diakses tanggal 1 november 2022
- [\(https://idx.co.id/\)](https://idx.co.id/), diakses tanggal 1 november 2022
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Pengetahuan>), diakses tanggal 7 november 2022
- <https://www.idxchannel.com/economics/sudah-pada-tahu-return-saham-simak-yuk-penjelasmnya>), diakses tanggal 7 November