

PERSEPSI RISIKO FINANSIAL DAN *E – SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMANFAATKAN FASILITAS *SHOPEE PAYLATER*

Sibtia Nur Fauzia¹⁾, Mohamad Fazar Fadilah^{2*)}, Yeni Fitriani Somantri³⁾

^{1,2,3}Universitas Perjuangan Tasikmalaya

*Email Korespondensi : mohamadfazar@unper.ac.id

Abstrak

Fitur *paylater* membuat mahasiswa mendapatkan kesempatan menggunakan cicilan kredit, karena kemudahan dalam pengajuan dan penggunaanya yang dapat dilakukan kapan saja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko finansial dan *e – service quality* terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *Shopeepaylater*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independent persepsi risiko finansial dan *e – service quality*, sedangkan variabel dependen adalah keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *Shopee paylater*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan penyebaran kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang secara *sampling insidental*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko finansial dan *e – service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater* dengan koefisien determinasi (*R Square*) diperoleh nilai sebesar 0,620 yang menunjukkan bahwa 62% persepsi risiko finansial dan *e – service quality* berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater* sedangkan sisanya 38% dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial dan simultan persepsi risiko finansial dan *e – service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*.

Kata kunci: Persepsi Risiko Finansial, *E-Service Quality*, Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas *Shopee Paylater*

Abstract

The paylater feature makes students get the opportunity to use credit installments, because of the ease of submission and use which can be done at any time. This study aims to determine the influence of financial risk perception and e-service quality on student decisions in utilizing Shopee paylater facilities. The variables used in this study are independent variables of financial risk perception and e-service quality, while the dependent variables are student decisions in utilizing Shopee paylater facilities. The data used in this study were primary data with the distribution of questionnaires. The method used in this study is quantitative method. The sample used in this study amounted to 100 people on an incidental sampling basis. The data analysis technique used in this study is multiple linear regresi analysis. The results showed that the perception of financial risk and e-service quality had a significant effect on students' decisions in utilizing paylater facilities with a coefficient of determination (R Square) obtained a value of 0.620 which showed that 62% of financial risk perceptions and e-service quality influenced students' decisions in utilizing paylater facilities While the remaining 38% was influenced by other variables that were not studied in this study. Based on the results of the analysis, it was concluded that partially and simultaneously

the perception of financial risk and e-service quality had a significant effect on students' decisions in utilizing paylater facilities

Keywords: *Financial Risk Perception, E-Service Quality, Student Decisions in Utilizing Shopee Paylater Facilities*

PENDAHULUAN

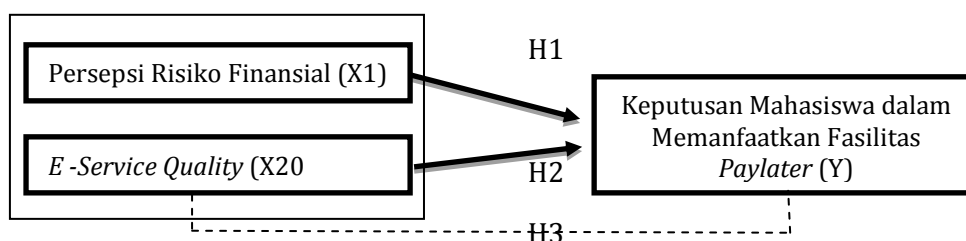
Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam perilaku belanja masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa. Kemunculan *marketplace* dan layanan *fintech* seperti Shopee Paylater menjadi opsi menarik bagi mahasiswa untuk berbelanja secara *online* tanpa harus membayar secara langsung. Fasilitas ini menjanjikan kenyamanan dan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi di balik itu juga muncul kekhawatiran terhadap risiko finansial yang mungkin timbul. Dalam dunia belanja online, persepsi risiko finansial menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memanfaatkan layanan tersebut. Mahasiswa sebagai konsumen aktif memiliki tingkat sensitivitas yang berbeda terhadap risiko ini, dan hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

Tidak hanya persepsi risiko finansial, kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) juga menjadi pertimbangan penting bagi mahasiswa. Kemudahan berbelanja, kecepatan transaksi, dan pengalaman pengguna yang memuaskan adalah beberapa faktor yang berkontribusi pada keputusan mereka.

Namun, tren konsumtif di kalangan remaja pun ikut berkembang seiring kemudahan berbelanja *online* ini. Perasaan takut terhadap risiko finansial juga muncul saat membeli secara *online*. Rasa takut ini muncul ketika mereka menganggap bahwa keputusan belanja mereka bisa berdampak tak terduga dan tak terkendali. Namun, ketika ada kepercayaan pada proses pembelian, persepsi risiko bisa berkurang, dan pembelian *online* pun menjadi pilihan. Komunikasi yang baik antara konsumen dan produsen sangat penting dalam mengurangi persepsi risiko finansial saat berbelanja *online*. Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi risiko ini berpengaruh pada keputusan pembelian di Shopee. Dalam proses berbelanja, pengalaman menggunakan layanan *fintech* dan kualitas website juga memengaruhi keputusan pembelian.

Setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda, yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka, terutama ketika berhadapan dengan risiko belanja online. Namun, popularitas *Shopee Paylater* yang praktis bisa menyebabkan perilaku *impulsive buying*. Perilaku ini terjadi ketika seseorang membeli produk secara impulsif tanpa perencanaan, dan sering kali tanpa alasan yang jelas. Dengan memahami risiko dan kualitas layanan, serta menjaga kedisiplinan dalam berbelanja, mahasiswa dapat menikmati pengalaman berbelanja online yang aman dan memuaskan.

Secara skematis, kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Pada Gambar 1 dapat dilihat kerangka berfikir dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Risiko Finansial (X1) akan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*. (Y)
2. Variabel *E- Service Quality* (X2) akan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*. (Y)
3. Variabel Persepsi Risiko Finansial (X1) dan Variabel *E- Service Quality* (X2) secara bersama – sama akan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*. (Y)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini diawali dengan Peneliti mengidentifikasi dan merumuskan masalah dengan bentuk pertanyaan yang dijawab pada maksud penelitian. Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini yaitu persepsi risiko finansial dan *e – service quality* dengan tujuan untuk mengetahui keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*. Setelah itu Peneliti merumuskan hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini bersifat dugaan sementara terhadap objek penelitian yaitu Mahasiswa pengguna *Shopee Paylater* di 6 Universitas di Kota Tasikmalaya.

Peneliti mengumpulkan data untuk bahan pengolahan data penelitian berupa data primer seperti kuisioner berbentuk *google form* yang disebarkan kepada responden melalui link tautan untuk mendapatkan tanggapan dari responden terkait indikator-indikator dari masing-masing variable. Setelah mengumpulkan data adalah mengolah dan menyajikan data. Data yang telah terkumpul diolah sehingga menghasilkan informasi dari objek penelitian. Setelah data diolah sehingga maka peneliti menyajikan data atau Menyusun data agar lebih teratur sehingga mudah dibaca, dipahami dan dianalisis. Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan maka data dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan alat-alat analisis yang sesuai dengan tujuan riset agar menghasilkan kajian yang cukup akurat, mendalam dan luas.

Hasil kajian ini dilengkapi dengan penjelasannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:13) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan sedangkan pendekatan asosiatif yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono,2017).

Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa pengguna *Shopee Paylater* di 6 Universitas di Kota Tasikmalaya. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2017:67), *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berdasarkan pedoman penentuan jumlah sampel menurut Teori *Roscoe* (Uma Sekaran, 2013), maka sampel ditentukan berjumlah 100 orang/ sampel.

Pengolahan hasil penelitian ini dimulai dengan melakukan uji coba instrument dengan sampel 100 orang responden. Kuisioner berisikan pertanyaan berupa pernyataan yang tersusun dari variabel Persepsi Risiko Finansial (X1), *e – service quality* (X2) dan Keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater* (Y) yang setiap indikatornya merupakan referensi dari penelitian sebelumnya .

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	2	3	4
Persepsi Risiko Finansial (X1)	Ketidakpastian yang dihadapi pengguna ketika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi finansial negative di masa yang akan datang atas keputusan pembelian yang mereka lakukan	Indikator berdasarkan Liau Xiao, dalam Prasetyani dan Wahyuningsih (2019), yaitu : 1. <i>Financial Risk</i> 2. <i>Social Risk</i> 3. <i>Performance Risk</i> 4. <i>Time and convenience risk</i> 5. <i>Physical Risk</i> 6. <i>Psychological Risk</i>	Interval
<i>E – Service Quality</i> (X2)	Kemampuan suatu situs dalam memberikan fasilitas yang efektif dan efisien untuk belanja <i>online</i> , pembelian <i>online</i> dan dalam perolehan barang atau jasa. <i>E-service Quality</i> perlu memperhatikan kualitas layanan jasa <i>online</i> dari segi proses transaksi pembelian oleh konsumen diantaranya dengan menjamin keamanan dan privasi konsumen	Indikator berdasarkan pada Budiman <i>et al</i> (2020), yaitu : 1. <i>Efficiency</i> 2. <i>Fulfillment</i> 3. <i>Reliability</i> 4. <i>Privacy</i> 5. <i>Responsiveness</i> 6. <i>Compensation</i> 7. <i>Contact</i>	Interval
Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas <i>Paylater</i> (Y)	Suatu reaksi yang dilakukan secara sadar dengan cara menganalisa kemungkinan – kemungkinan manfaat fasilitas <i>Paylater</i> bersamaan dengan menganalisa konsekuensinya.	Indikator berdasarkan pandangan Sari (2017) : 1. Berniat terus menggunakan <i>Shopee Paylater</i> 2. Menggunakan <i>Shopee Paylater</i> untuk transaksi pembayaran 3. Menyarankan orang lain untuk menggunakan <i>Shopee Paylater</i>	Interval

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan merupakan bagian yang membahas dan menjelaskan data yang terkumpul dari hasil penelitian yang meliputi instrumen : uji validitas dan reliabilitas dan uji regresi.

Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuisioner yang berupa *google form*. Responden terbanyak jika dilihat berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan sebesar 73%, sedangkan laki-laki sebesar 27%.

Uji Instrumen

A. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan cara membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai *r* tabel. Jika *r* hitung lebih besar dari *r* tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika *r* hitung lebih kecil dari *r* tabel, maka butir atau pertanyaan atau variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 2. Hasil Rekap Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X1 Persepsi Risiko Finansial	X1_1	0,196	0.605	VALID
	X1_2	0,196	0.594	VALID
	X1_3	0,196	0.358	VALID
	X1_4	0,196	0.427	VALID
	X1_5	0,196	0.613	VALID
	X1_6	0,196	0.591	VALID
	X1_7	0,196	0.543	VALID
	X1_8	0,196	0.475	VALID
	X1_9	0,196	0.598	VALID
	X1_10	0,196	0.404	VALID
X2 E – Service Quality	X2_1	0,196	0,673	VALID
	X2_2	0,196	0,630	VALID
	X2_3	0,196	0,710	VALID
	X2_4	0,196	0,716	VALID
	X2_5	0,196	0,601	VALID
	X2_6	0,196	0,561	VALID
	X2_7	0,196	0,681	VALID
	X2_8	0,196	0,713	VALID
	X2_9	0,196	0,567	VALID
	X2_10	0,196	0,656	VALID
Y Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas Paylater	Y_1	0,196	0,717	VALID
	Y_2	0,196	0,695	VALID
	Y_3	0,196	0,665	VALID
	Y_4	0,196	0,691	VALID
	Y_5	0,196	0,545	VALID
	Y_6	0,196	0,608	VALID
	Y_7	0,196	0,443	VALID
	Y_8	0,196	0,542	VALID
	Y_9	0,196	0,763	VALID
	Y_10	0,196	0,659	VALID

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 26

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas terhadap instrument penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* dinyatakan reliabilitas jika nilainya > atau = 0,70

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Persepsi Risiko Finansial (X1)	0,708	Reliabel
2.	E – Service Quality (X2)	0,845	Reliabel
3.	Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas <i>Paylater</i> (Y)	0,824	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 26

C. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*). Hasil Uji *Adjusted R Square* adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793 ^a	.628	.620	3.49732

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,620. Hasil perhitungan statistik ini berarti kemampuan variabel independen (Persepsi Risiko Finansial dan E – Service Quality) dalam menerangkan perubahan variabel dependen (Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas *Paylater*) sebesar 62% dan sisanya 38% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

Pembahasan

Pengujian hipotesis pertama variabel Persepsi Risiko Finansial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas *Paylater*. Artinya, semakin tinggi tingkat Persepsi Risiko Finansial yang dirasakan mahasiswa maka akan meningkatkan keputusan penggunaan fasilitas *paylater*. Persepsi risiko finansial merupakan ketidakpastian yang dihadapi seseorang ketika mereka tidak dapat meramalkan dampak dari keputusan pembelian mereka. Dalam kata lain risiko adalah penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian dan seberapa khawatir seseorang dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan kejadian tersebut.

Mahasiswa dapat merasakan persepsi risiko finansial yang lebih besar saat membeli secara *online*. Semakin kecil risiko yang mungkin ditanggung mahasiswa saat melakukan pembelian secara *online* semakin tinggi niat mahasiswa untuk membeli secara *online* sebaliknya, semakin besar risiko pembelian secara *online* akan menurunkan niat pembelian mahasiswa secara *online*. Persepsi terhadap risiko muncul ketika mahasiswa menganggap pilihan yang diambil menimbulkan akibat yang tak terduga dan tidak dapat dicegah. Keputusan membeli secara *online* menyiratkan adanya ketidakpastian atau risiko sehingga membutuhkan kepercayaan yang akan menurunkan persepsi akan risiko. Adapun manfaat dari persepsi risiko finansial terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater* diantaranya, mahasiswa dapat mengantisipasi dan menanggapi segala bentuk kerugian secara efektif dan efisien, mahasiswa dapat mengukur seberapa besar risiko yang didapat apabila menggunakan *paylater* dan mengendalikan risiko yang akan terjadi setelah penggunaan *paylater*.

Berdasarkan jawaban dari responden, diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan akan tetap melakukan transaksi menggunakan *paylater* meskipun akan menghadapi risiko finansial. Karena saat transaksi menggunakan *paylater* memberikan kemudahan dan kecepatan pada konsumen, dimana ketika pertama kali melakukan pembelian dan merasa puas dengan produk dan pelayanan yang didapat maka akan

terjadi pembelian ulang tersebut. Ketika mahasiswa merasa puas dan tidak menemukan masalah, pada akhirnya kepercayaan akan terbentuk, maka persepsi risiko pun menghilang. Namun hal ini menunjukkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan fasilitas *paylater* maka akan meningkatkan perilaku konsumtif.

Falilitas *paylater* memberikan dukungan dana yang cukup dan dapat membayar dengan mencicil, serta pengajuannya yang mudah dan cepat. Karena fasilitas *paylater* menyediakan dana yang cukup besar dan dapat digunakan kapanpun dan dimanapun, menimbulkan dampak perilaku konsumtif bagi pengguna. Dalam kehidupan saat menjalani pendidikan, mahasiswa biasanya mempertimbangkan risiko kehilangan uang saat menggunakan pembayaran menggunakan *paylater*. Namun, apabila manfaat yang diterima dari penggunaan fasilitas *paylater* semakin besar, maka akan meningkatkan intensitas penggunaan fasilitas *paylater*. Karena pengguna merasa bahwa teknologi tersebut sangat membantu dan berguna bagi kehidupan mereka sehingga menghilangkan persepsi risiko yang akan terjadi maka keputusan pembelian pun akan tercapai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyani dan Wahyuningsih (2019), bahwa persepsi risiko finansial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce Shopee*. Pada penelitian Aisah (2022) menyatakan bahwa, persepsi akan risiko yang dirasakan konsumen memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan fitur *Shopee paylater*. Sehingga apabila persepsi risiko finansial baik, maka keputusan pembelian secara pada *e-commerce Shopee* akan meningkat.

Pengujian hipotesis kedua variabel *E - Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas *Paylater*. Artinya, semakin tinggi kualitas layanan informasi yang diberikan *Shopee* maka semakin tinggi pula tingkat keputusan penggunaan *Shopee Paylater*. *E - Service Quality* merupakan kemampuan suatu situs dalam memberikan fasilitas yang efektif dan efisien bagi para penggunanya. Karakteristik dari *E - Service Quality* yaitu tidak berwujud dimana layanan merupakan perbuatan, tindakan atau usaha yang sifatnya abstrak, bervariasi karena bentuk, kualitas dan jenis layanannya yang beragam, tidak terpisahkan dan tidak tahan lama.

Kualitas layanan elektronik atau *e - service quality* menjadi salah satu pertimbangan konsumen saat menggunakan fasilitas *Shopee Paylater*. Peningkatan *e - service quality* sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, mempertahankan pelanggan dan mengubah pengunjung menjadi pelanggan. Peningkatan *e - service quality* dapat diukur dari bagaimana suatu sistem dapat menjamin keamanan data para penggunanya, informasi layanan yang diberikan sangat rinci, pengajuan *complain* dan pendaftaran yang mudah serta fitur yang terus diperbaharui. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan digunakan oleh penggunanya.

Tetapi jika perusahaan *Shopee* bermaksud untuk mencapai lebih banyak pengunjung situs aplikasi melalui peningkatan niat merekomendasikan pelanggan, mereka harus memberikan dukungan layanan yang lebih baik kepada pelanggan, serta meningkatkan kualitas konten dan informasi pada fasilitas *Shopee Paylater*. Kualitas layanan yang bisa ditingkatkan dari fasilitas *Shopee Paylater* sendiri diantaranya, membuat sistem yang lebih dipahami, terlebih lagi terkait kemudahan pelunasan tagihan dan transparansi pembayaran, selain itu diharapkan melakukan lebih banyak promo agar metode pembayaran *Shopee Paylater* ini mendapatkan lebih banyak pengguna. *Shopee* sebagai *e-commerce* harus terus meningkatkan kepercayaan pembeli dengan memberlakukan aturan ketat bagi *seller* yang menjual di *Shopee*. Aturan - aturan yang wajib dilaksanakan oleh *seller* membuat pelanggan semakin percaya dan yakin bahwa *Shopee* tempat yang aman untuk berbelanja *online*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Hartono *et al* (2021), menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* di Akulaku. Selain itu, hasil penelitian Widaningsih (2020) juga menyebutkan *e - service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, kualitas aplikasi yang lebih tinggi, akan memunculkan adanya niat membeli dan kemudian akan meningkat menjadi keputusan menggunakan aplikasi tersebut untuk melakukan pembelian.

Pengujian hipotesis ketiga variabel Persepsi Risiko Finansial dan *E - Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memanfaatkan Fasilitas *Paylater*. Artinya, semakin baik pemahaman mahasiswa terhadap Persepsi Risiko Finansial dan *E - Service Quality* akan berdampak baik pada keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*. Ketika dalam memanfaatkan fasilitas *paylater* dengan baik dan benar maka akan terhindar dari penyalahgunaan *paylater*, jeratan utang maupun cicilan yang melilit. Penggunaan *paylater* yang baik dan benar akan memberikan dampak positif apalagi banyaknya keperluan mahasiswa yang tak terduga mengharuskan mahasiswa harus mengatur pembelian sesuai skala prioritas.

Berdasarkan jawaban dari responden, diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan niat menggunakan *Shopee Paylater* secara berkelanjutan mempengaruhi pengguna untuk meningkatkan intensitas penggunaannya dan dapat dikatakan bahwa pengguna secara otomatis akan memilih metode pembayaran *Shopee Paylater* saat melakukan pembayaran transaksi. Hal ini menjadi pertimbangan penting agar mahasiswa lebih memahami Persepsi Risiko Finansial dan *E - Service Quality* dalam penggunaan *Shopee Paylater* agar terhindar dari kerugian finansial dan kualitas layanan yang kurang.

Hal ini sejalan dengan penelitian Oktavia (2022), yang menyatakan bahwa risiko finansial dan *e - service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Shopee paylater*.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh persepsi risiko finansial dan *e - service quality* terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden, yang merupakan Mahasiswa Universitas di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Persepsi risiko finansial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*.
2. *E - Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*.
3. Persepsi risiko finansial dan *E - Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan fasilitas *paylater*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih terutama ditunjukkan kepada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Kampus Universitas Perjuangan Tasikmalaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian, Kepada Bapak Mohamad Fazar Fadilah dan Ibu Yeni Fitriani Somantri yang telah membimbing, serta seluruh pihak yang ikut membantu penelitian ini.

REFERENSI

- Aisah, Siti. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Transaksi *Shopee Paylater* (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA)." (2022).
- Alabror, D., M. Rifa'i, and W. Agustim. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko, Penggunaan Shopeepay, Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater*. Diss. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, 2022.
- Imawati, Indah. 2013. "PENGARUH FINANCIAL LITERACY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PADA PROGRAM IPS SMA NEGERI 1 SURAKARTA TAHUN AJARAN 2012/2013." *Jupe-Jurnal Pendidikan Ekonomi* 2: 53-57. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/2684>.
- Prasetyani, Ikhtiyar, and Tri Harsini Wahyuningsih. "Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace *Shopee*." *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 10.2 (2019): 91-104.
- Rista, M. 2021. "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Shopeepaylater Di Pulau Jawa Pada Masa Pandemi Covid-19", Politeknik Negeri Jakarta, Jakarta.
- Sari, R. 2021. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia". *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, Vol. 7 (1), No., hlm: 44-57.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CVAlfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CVAlfabeta.
- Wahyuningtyas, Silfiah Nur. "Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Layanan E-Commerce, dan Promosi Penjualan *Online* terhadap Perilaku Belanja *Online*." *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan* 5.1 (2021): 47-60.
- Widanengsih., E. 2020."The Effect of Easy Perception and Website Quality on Purchase Decisions in Marketplace Tokopedia ". *Journal of Reseach in Business, Economics, and Education*, Vol. 2, No. 3, hlm 600-611
- Willis, S. 2011. Rentang Umur Mahasiswa. Artikel : <http://eprints.ums.ac.id/32266/4/BAB%20I.pdf> (diakses pada 8 April 2023)
- Yulianti, Y. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan Gap Anaysis Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY Nabila, K. N., & Listyorini, S. (2016). Dampak Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian *Online* (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli *Online* Bukalapak pada Mahasiswa Fisip Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*