



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



PENGARUH RELIGIUSITAS, *SALES PROMOTION* DAN PERSEPSI
RISIKO TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DALAM PENGGUNAAN SHOPEE
PAY LATER
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA GEN Z PENGGUNA SHOPEE *PAY*
LATER)

Disusun oleh:
Muhammad Hafiidh Sulaeman
NIM. (2004411043)

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN KEUANGAN DAN
PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2024



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



PENGARUH RELIGIUSITAS, *SALES PROMOTION* DAN PERSEPSI
RISIKO TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* DALAM PENGGUNAAN SHOPEE
PAY LATER
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA GEN Z PENGGUNA SHOPEE *PAY*
LATER)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi

Politeknik Negeri Jakarta
POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Disusun oleh:

Muhammad Hafiidh Sulaeman
NIM. (2004411043)

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN KEUANGAN DAN
PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2024



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hafiidh Sulaeman

NIM : 2004411043

Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 29 Juli 2024



Muhammad Hafiidh Sulaeman
NIM. 2004411043



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Penyusun : Muhammad Hafidh Sulaeman
NIM : 2004411043
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, *Sales Promotion* dan Persepsi Risiko Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Penggunaan *Shopee Pay Later* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Gen Z Pengguna *Shopee Pay Later*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.

Anggota Penguji : Dr. Bambang Waluyo, S.E., AK., CA., AWP., M.Si ()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 29 Juli 2024





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Muhammad Hafiidh Sulaeman
Nomor Induk Mahasiswa : 2004411043
Program Studi : Akuntansi/ Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, *Sales Promotion* dan Persepsi Risiko Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Penggunaan *Shopee Pay Later* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Gen Z Pengguna *Shopee Pay Later*)

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., AWP., M.Si.
NIP. 197009131999031002

Diketahui Oleh
Kepala Program Studi

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.
NIP. 199201122018032001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hafiidh Sulaeman
NIM : 2004411043
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Religiusitas, Sales Promotion dan Persepsi Risiko Terhadap Impulsive Buying Dalam Penggunaan Shopee Pay Later (Studi Kasus Pada Mahasiswa Gen Z Pengguna Shopee Pay Later)”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalimmedia atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 29 Juli 2024

Yang menyatakan

Muhammad Hafiidh Sulaeman



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat, karunia, dan berkah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, *Sales Promotion* dan Persepsi Risiko Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Penggunaan *Shopee Pay Later* (Studi Pada Mahasiswa Gen Z Pengguna *Shopee Pay Later*)” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-sebesarannya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, kritik, dan saran selama skripsi ini disusun. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., AK., CA., AWP., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama penulis skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis melaksanakan perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis, Bapak Hadi Sulaeman dan Ibu Susianah Hanafie, Kakak Alfian Alfarishi, Fajar Subkhi Sulaeman yang telah membantu memberikan ilmu kepada penulis selama penulis melaksanakan perkuliahan.
7. Teruntuk Sahabat sejak SMA yang selalu memberikan semangat, canda tawa, Terima kasih selalu ada sukses pada pilihan kalian masing-masing dan dipermudah apapun rintangannya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Teruntuk Sinta, Irma, Farah, Ina, Secil Terimakasih karena selalu mensupport penulis untuk selalu mengerjakan skripsinya serta selalu memberikan semangat, canda tawa, dan saling membantu selama penulis kuliah, sukses selalu ya.
9. Teruntuk teman-teman kelas BS A&B angkatan 2020 terima kasih atas kebersamannya dalam belajar dan bersosialisasi selama masa perkuliahan.
10. Serta Semua pihak yang telah berperana dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir, yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas bantuan, semangat, serta doa yang diberikan untuk kelancaran penyusunan skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun agar penulis dapat memperbaikinya di kemudia hari. Semoga skripsi yang dituliskan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 29 Juli 2024

Muhammad Hafiidh Sulaeman

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pengaruh Religiusitas, *Sales Promotion* dan Persepsi Risiko Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Penggunaan *Shopee Pay Later* (Studi Pada Mahasiswa Gen Z Pengguna *Shopee Pay Later*)

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan platform *e-commerce* seperti *Shopee* telah memengaruhi mahasiswa Gen Z di Jakarta, mendorong kebiasaan melakukan pembelian impulsif yang didorong oleh promosi menarik dan persepsi risiko yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko terhadap *impulsive buying* dalam penggunaan *Shopee Pay Later* dengan menggunakan metode kuantitatif pendekatan deskriptif, analisis yang digunakan adalah Analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS (*Statistical Package for the social science*) 29. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa religiusitas *sales promotion* dan persepsi risiko memengaruhi *impulsive buying*. Saran untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber data dan rujukan untuk penelitian lebih lanjut dan mengembangkan kembali penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel bebas. Kebaruan pada penelitian ini adalah kombinasi variabel dan objek penelitian mahasiswa pengguna *shopee pay later*, pada penelitian sebelumnya menggunakan persepsi risiko, serta kemudahan penggunaan pada keputusan pembelian secara online melalui aplikasi *shopee*.

Kata Kunci: *Shopee Pay Later*, pembelian impulsif, religiusitas, *sales promotion*, persepsi risiko



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

The Influence of Religiosity, Sales Promotion, and Risk Perception on Impulsive Buying in the Use of Shopee Pay Later (Study on Gen Z Students Using Shopee Pay Later)

ABSTRACT

Technological advances and e-commerce platforms such as Shopee have influenced Gen Z students in Jakarta, encouraging impulsive buying habits driven by attractive promotions and low risk perceptions. This study aims to analyze the influence of religiosity, sales promotion and risk perception on impulsive buying in the use of Shopee Pay Later using a quantitative descriptive approach method, the analysis used is Multiple linear regression analysis using SPSS (Statistical Package for the social science) 29. This study uses primary data in the form of questionnaires. The results of this study prove that religiosity sales promotion and risk perception affect impulsive buying. Suggestions for further research, this study can be used as one of the data sources and references for further research and to develop further research by adding independent variables. The novelty in this study is the combination of variables and research objects of student users of Shopee Pay Later, in previous studies using risk perception, and ease of use in online purchasing decisions through the Shopee application.

Keywords: *Shopee Pay Later, impulsive buying, religiosity, sales promotion, risk perception*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PENYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Religiusitas	12
2.1.2 Sales Promotion	13
2.1.3 Persepsi Risiko	15
2.1.4 Impulsive Buying	18
2.1.5 E-Commerce	20
2.1.6 Pay Later	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Berfikir	28



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4 Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	31
3.5 Metode Pengumpulan Data	31
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.7 Metode Analisis Data	33
3.7.1 Metode Uji Instrumen	34
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	34
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.7.4 Uji Hipotesis	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Analisis Responden	39
4.2 Uji Data Penelitian	42
4.2.1 Uji Instrumen.....	42
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	43
4.2.3 Analisis regresi linear berganda.....	46
4.2.4 Uji Hipotesis	47
4.3 Pembahasan.....	51
BAB V	60
PENUTUP.....	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	65



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan Terbanyak Aplikasi Shopee 2023.....	4
Gambar 1. 2Pengguna Shopee Pay Later Tahun 2023.....	5
Gambar 1. 3 Responden Pre-research.....	6
Gambar 2. 1Bagan Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Domisili.....	40
Gambar 4. 3 Responden Merupakan Mahasiswa di Jakarta.....	40
Gambar 4. 4Responden Pengguna Shopee Pay Later.....	41
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	32
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 3 Uji Normalitas.....	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji T1	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji T2	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji T3	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	48
Lampiran 2	66
Lampiran 3	75
Lampiran 4	80
Lampiran 5	82
Lampiran 6	84





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi telah mengalami perkembangan pesat yang secara signifikan memengaruhi berbagai segi kehidupan masyarakat. Manusia modern kini sangat bergantung pada teknologi yang setiap saat dapat berkembang. Hal ini termasuk dalam menggunakan media sosial yang menjadi sarana interaksi serta komunikasi yang tak terpisahkan bagi banyak individu. Pengaruh media sosial yang ada di mana-mana pada masyarakat kontemporer, terutama di kalangan remaja, telah mengantarkan pada era konektivitas dan interaksi selain itu, teknologi keuangan juga telah mengalami transformasi yang memudahkan akses perbankan dan transaksi keuangan melalui *platform* daring (Dewa et al., 2023). Tak hanya itu, kemudahan berbelanja melalui sistem *E-commerce* juga menjadi pilihan utama bagi banyak orang, mengubah cara tradisional berbelanja menjadi lebih efisien dan praktis. Inovasi sistem lainnya juga terus dikembangkan untuk mempermudah berbagai aktivitas sehari-hari, menciptakan lingkungan yang semakin terkoneksi dan efisien.

E-commerce atau dapat di sebut perdagangan elektronik. Hal tersebut berarti menggunakan media seperti elektronik dan koneksi internet agar dapat berurusan dengan jasa dan barang. *E-commerce* melibatkan perusahaan dalam mengakses internet serta teknologi informasi, seperti pertukaran Elektronik data informasi (EDI). *E-commerce* berkaitan dengan situs web penjualan, yang menukarkan barang atau jasa langsung kepada pengguna dari platform tersebut. Dengan fitur menggunakan keranjang belanja nirkabel atau keranjang belanja untuk pembayaran dengan kartu kredit, kartu debit, atau dapat transfer melalui dana elektronik (Malviya B. et al., 2021).

Religiusitas merupakan metode untuk meningkatkan takwa dan iman seseorang kepada Allah melalui muamalah mereka terhadap khalayak umum. Selain



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

itu, tingkat religiusitas seseorang dapat dilihat dari seberapa religius mereka, karena peran Islam mengajarkan tentang pentingnya peran konsumsi dan hal tersebut tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan. Pentingnya peranan keimanan adalah sebagai pembanding agar dapat menginformasikan perspektif tentang cara, menjalani hidup pola kepribadian manusia yang dapat mempengaruhi hidup (Safitri & Yahya, 2023). Dengan iman, kita dapat memiliki moral yang mencegah kita membelanjakan uang kita dan menggunakan uang kita untuk hal-hal yang lebih bermanfaat. Tujuan dari saringan moral ini adalah untuk memastikan bahwa kita mempertahankan kepentingan sosial dengan bertindak dengan cara yang tepat. antara individu dan sosial, serta mengutamakan kebaikan dan manfaat yang dapat memengaruhi persepsi pada pelanggan. Umat muslim dapat pertimbangan dalam penggunaan fitur *shopee pay later* pada aplikasi shopee, dan dapat memilih pinjaman yang tidak terdapat bunga maupun riba. Peningkatan kebutuhan masyarakat telah mengakibatkan peningkatan biaya yang diperlukan, khususnya dalam konteks perilaku konsumtif. Remaja dan dewasa kini bersaing agar dapat mengikuti perkembangan di media sosial, dengan mengadopsi pola kehidupan yang tercermin dari konten-konten di media sosial tanpa dapat mempertimbangkan dampak positif dan negatifnya. Internet yang semakin canggih memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk dapat memasarkan sebuah produk maupun layanan kepada konsumen. Agar konsumen memiliki akses yang lebih mudah dalam mencari barang atau layanan yang mereka perlukan. teknologi informasi sangat penting karena dapat berperan sebagai sumber akinformasi bagi manusia (Zulfah, 2018). Terutama pada era modern saat ini, masyarakat harus dihadapkan dalam penggunaan teknologi guna mempermudah kehidupan.

Pada perkembangan dalam dunia digital saat ini, dunia digital memberikan kemudahan yang dapat mempengaruhi sikap konsumen, saat ini telah menjadi sebuah kehidupan baru dalam gaya hidup bersosial (Bagoes et al., 2020). Perkembangan social pada media juga dapat berdampak dalam sektor perekonomian di Indonesia. Dampak dari media social yaitu dapat memudahkan dalam hal berinteraksi, Berbagai platform *E-commerce* juga menawarkan diskon seperti gratis ongkir dan *flash sale* yang dapat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berpengaruh pada perilaku konsumtif, terutama pada kalangan remaja maupun mahasiswa di daerah Jakarta. Penawaran tersebut dapat menjadi salah satu faktor mahasiswa di Jakarta tergiur agar mereka menggunakan kredit *online* untuk dapat memenuhi kebutuhan mereka secara pribadi. Pemahaman tentang *impulsive buying* (pembelian impuls) sifat tersebut biasanya terjadi secara spontan dan menimbulkan kesenangan yang hanya dapat dirasakan secara pribadi ketika proses ini menghalangi konsumen dalam mempertimbangan informasi terkait pembelian impulsif dan beberapa kemungkinan lainnya. (Indriawan M & Santoso H, 2023). Hal tersebut dapat dilihat dari terdapat peningkatan jumlah toko yang berada di Jakarta, produsen, atau pusat perbelanjaan, serta pemasar lainnya yang memiliki kemampuan untuk menawarkan berbagai produk kepada pelanggan mereka, dapat melalui program promosi (Untari & Widyastuty, 2021). Perilaku tersebut dapat berpengaruh pada pola pembelian konsumen, yang secara tidak langsung membuat pembelian impuls hanya karena tertarik pada promosi yang ditawarkan oleh pemasar, mahasiswa melakukan hal untuk dapat diterima di lingkungan hidup, karena bisa mengubah gaya hidup mereka agar mereka menjadi lebih menarik. Akibatnya, terdapat mahasiswa yang melakukan perilaku pembelian impulsif.

Dalam menjalankan kegiatan promosinya Shopee mengusulkan berbagai strategi dalam menjual barang mereka melalui branding di berbagai tempat, seperti toko, televisi, iklan internet, dan papan iklan serta artis terkenal. Mereka juga selalu meningkatkan layanan melalui peningkatan mudahnya akses bagi pengguna serta penerapan untuk memberikan *feedback*, seperti adanya kolom komen dan juga rating pembelian terkait layanan dan juga produk yang mereka punya dalam transaksi yang telah dilakukan. Mereka selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar tingkat kepercayaan pelanggan semakin tinggi. (Wulansari D., 2023).

Persepsi risiko yang rendah saat menggunakan layanan Shopee *Pay Later* cenderung lebih memungkinkan pengguna untuk melakukan pembelian yang impulsif. Rendahnya risiko dalam pengguna Shopee *Pay Later* menjadikan pengguna memiliki keyakinan bahwa mereka mampu mengelola tagihan dengan baik, serta merasa bahwa

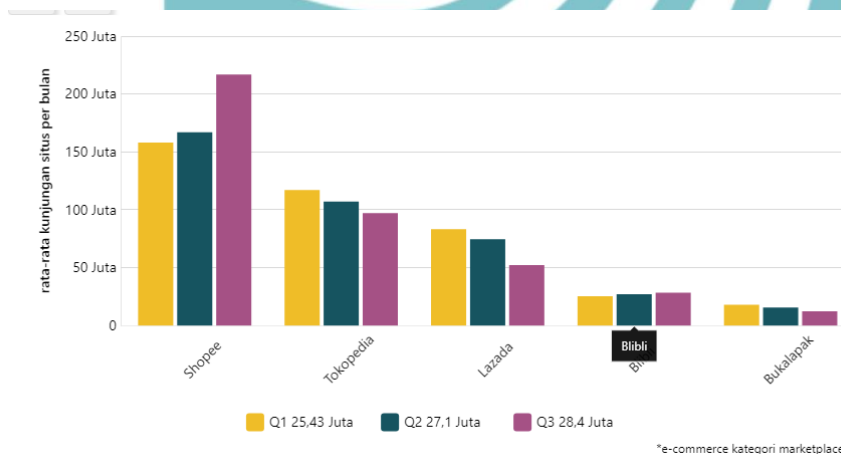


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konsekuensi dari pembelian impulsif tidak begitu berat. Hal tersebut yang mendorong pengguna agar lebih sering melakukan pembelian tanpa adanya pertimbangan dalam dampak finansial jangka panjangnya (Hanik et al., 2024).

Dengan cepatnya perkembangan zaman, terdapat situs web yang menyediakan pinjaman maupun kredit yang dapat memudahkan masyarakat. Masyarakat dapat menggunakan aplikasi ini untuk membeli barang dahulu dan dapat membayar toko e-commerce dengan cicilan atau kredit. Studi ini menggunakan fitur *pay later* karena lebih banyak umat muslim khususnya mahasiswa yang menggunakan produk tersebut dengan tidak adanya pertimbangan terhadap efek buruknya. Shopee sebagai marketplace di Indonesia pada periode 2023 mencapai 216.77 juta pengunjung shopee per bulan website katadata.id.



Gambar 1. 1 Kunjungan Terbanyak Aplikasi Shopee 2023

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>, 2023

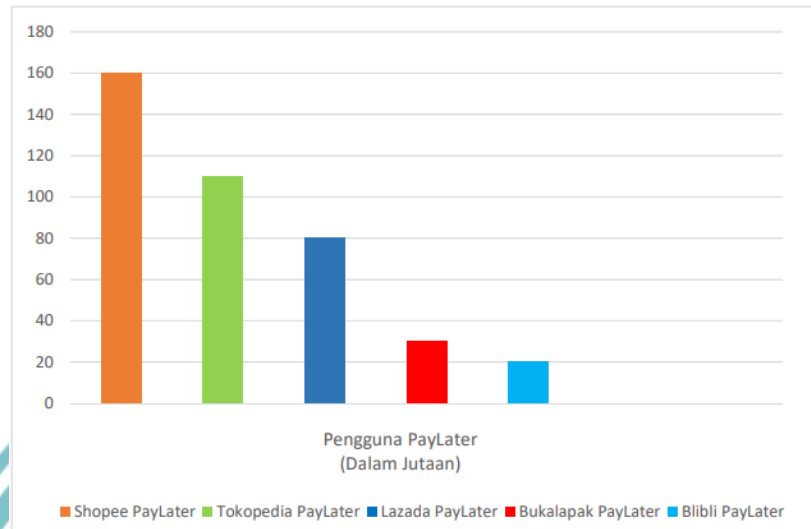
Pada dasarnya, Shopee Pay Later memiliki kesamaan seperti kartu kredit, tetapi ada banyak fitur salah satunya yaitu fitur pada pay later, yang dapat membuat mahasiswa terilit oleh hutang, terutama bagi mahasiswa yang lebih senang berbelanja online karena dapat menghemat waktu. Aplikasi Shopee memiliki fitur ini dimana hanya dengan menggunakan Kartu Tanda Penduduk (KTP) agar bisa mendaftar dan memohon untuk peminjaman, dan untuk pengerjaan waktunya sangat cepat membuat



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Shopee Pay Later menjadi lebih populer dan diminati oleh para mahasiswa.



Gambar 1. 2Pengguna Shopee Pay Later Tahun 2023

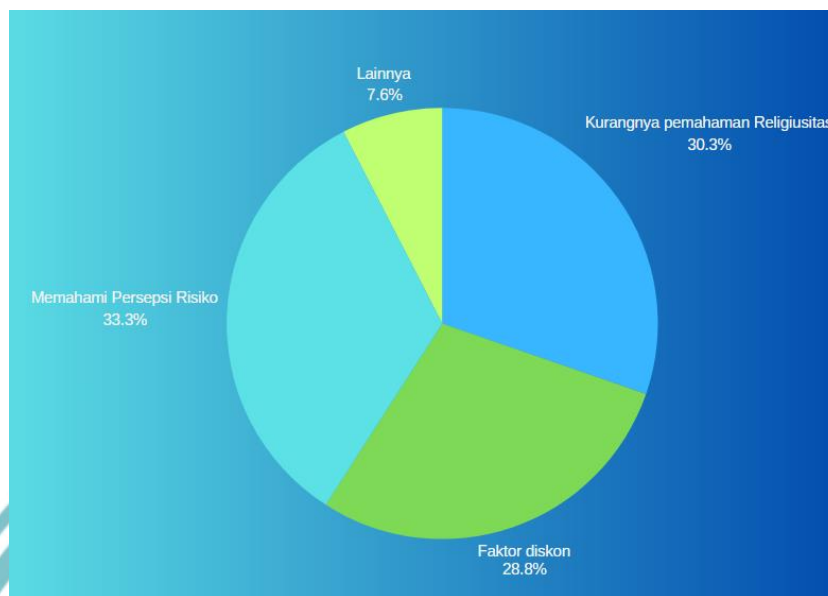
Sumber <https://databoks.katadata.co.id>, 2023

Peneliti melakukan *pre research* Penelitian awal kepada 22 responden pengguna *Shopee Pay Later*. Penelitian awal ini dilakukan untuk memahami bagaimana religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko memengaruhi *impulsive buying* dalam penggunaan *shopee pay later*, dari *pre research* tersebut di peroleh data faktor yang membuat mahasiswa menggunakan *shopee pay late*. Dari 22 responden, 30.3% Menyatakan kurangnya pemahaman religiusitas membuat mereka melakukan *Impulsive Buying*, 28.8% menyatakan karena faktor diskon membuat mereka tertarik menggunakan *shopee pay later*, 33.3% menyatakan mereka memahami rendahnya persepsi risiko saat menggunakan *shopee pay later* dan 7.6% tidak memengaruhi mereka saat menggunakan *shopee pay later*. Dari presentase tersebut dapat di simpulkan ketiga variabel yang peneliti lakukan pada penelitian yakni religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko menjadi alasan mahasiswa menggunakan *shopee pay later*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 3 Responden Pre-research

Sumber : data diolah penulis

Penelitian ini mengembangkan beberapa penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh terhadap keuntungan, persepsi risiko, serta kemudahan penggunaan pada keputusan pembelian secara online melalui aplikasi Shopee. Mahasiswa Jakarta adalah bagian dari generasi yang terpengaruh kuat oleh media sosial dan promosi penjualan online. Mereka sering kali menjadi sasaran utama dari promosi diskon, dan ongkos kirim gratis yang ditawarkan oleh Platform. Penelitian ini dapat melihat bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi perilaku pembelian impulsif di kalangan mahasiswa Jakarta. Perbedaan di antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menggunakan kombinasi variabel religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko sebagai variabel X. Objek pada penelitian yaitu *impulsive buying* dalam penggunaan *shopee pay later* dengan subjek Generasi Z di Kota Jakarta. Pemilihan Generasi Z karena banyak Generasi Z khususnya mahasiswa yang selalu tergiur dengan promosi dan persepsi risiko rendah yang di berikan oleh platform shopee. Banyak mahasiswa yang terpengaruh oleh pembelian yang impulsif. Dalam konteks yang lebih luas, fenomena *impulsive buying* ini menjadi semakin



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menarik untuk diteliti karena pengaruh yang semakin kuat dari faktor-faktor seperti religiusitas *sales promotion*, dan persepsi risiko, yang dapat berdampak signifikan dalam keputusan pembelian generasi muda. Oleh sebab itu, Peneliti bertujuan menyelidiki rangkaian variabel-variabel tersebut serta pola perilaku *impulsive buying*. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk meneliti mengenai variabel pengaruh religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko terhadap *impulsive buying* dalam penggunaan *shopee pay later* : **“Pengaruh Religiusitas, Sales Promotion dan Persepsi Risiko Terhadap *Impulsive Buying* Dalam Penggunaan *Shopee Pay Later* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Shopee Pay Later*)**

1.2 Rumusan Masalah

Kemajuan teknologi telah membawa dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat, terutama dalam hal penggunaan teknologi digital seperti media sosial, teknologi keuangan, dan *E-commerce*. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, telah memungkinkan perusahaan untuk berurusan dengan barang dan jasa melalui internet, menggunakan fitur seperti keranjang belanja *online* dan pembayaran elektronik. Ini telah mengubah cara orang berbelanja dan bertransaksi secara drastis, memudahkan banyak aspek kehidupan sehari-hari. Selain itu, dalam konteks penggunaan *Shopee Pay Later*, variabel-variabel seperti pengaruh religiusitas, *sales promotion*, dan persepsi risiko dapat menjadi faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi perilaku pembelian impulsif.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka timbul pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Apakah religiusitas memengaruhi pembelian impuls *Shopee Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta
2. Apakah *sales promotion* memengaruhi pembelian impuls *Shopee Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta
3. Apakah persepsi risiko memengaruhi pembelian impuls *Shopee Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Apakah religiusitas, *sales promotion*, dan persepsi risiko memengaruhi pembelian impuls Shopee *Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan serta latar belakang masalah ini, terdapat tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh religiusitas dan pembelian impuls Shopee *Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta
2. Menganalisis pengaruh *sales promotion* terhadap pembelian impuls Shopee *Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta
3. Menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap pembelian impuls Shopee *Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta
4. Menganalisis pengaruh religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko terhadap pembelian impuls Shopee *Pay Later* di kalangan mahasiswa di Jakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini:

1. Untuk Peneliti dan Pembaca:
 Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti serta pembaca mengenai praktik pinjaman yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Dengan demikian, diharapkan peneliti dan pembaca dapat membuat keputusan yang lebih tepat saat akan melakukan pinjaman.
2. Untuk Mahasiswa:
 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan dan sumber pembelajaran bagi mahasiswa, membantu mereka memahami dengan lebih jelas tentang layanan Shopee *Pay Later*. Selain itu, penelitian ini dapat membantu mahasiswa dalam mempertimbangkan keputusan penggunaan layanan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Dengan pemahaman yang didapat dari penelitian ini, diharapkan mahasiswa dapat membuat keputusan keuangan yang lebih sejalan dengan nilai-nilai agama mereka dan menghindari praktik yang bertentangan dengan keyakinan mereka.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Untuk Peneliti Selanjutnya:
Diharapkan agar penelitian ini dapat memberikan referensi serta informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang layanan Shopee Pay Later di aplikasi Shopee agar lebih mendalam, yang mempertimbangkan kepatuhan dalam hukum Islam.
4. Bagi Perusahaan:
Dengan memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Diharapkan shopee dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan tepat sasaran. Hal ini akan membantu Shopee dalam menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan konversi penjualan.

1.6 Sistem Penulisan Skripsi

Secara sistemik teknik penulisan ini terbagi atas beberapa bab dan sub bab bertujuan agar mempermudah pembaca dalam memahami alur penulisan pada penelitian ini. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis memberikan latar belakang dari masalah penelitian mengenai perilaku *impulsive buying* yang telah terjadi pada mahasiswa. Dari latar belakang ini, penulis merumuskan masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, dan keuntungan dari penelitian. Selain itu, penulis memberikan uraian sistematis tentang susunan bab dalam penelitian ini untuk memudahkan pemahamannya.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai Religiusitas, *sales promotion*, persepsi risiko, *impulsive buying*, *E-Commerce*, *Pay later* dan terdapat 10 (sepuluh) penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian terkait. Selanjutnya, hubungan antara variabel di jelaskan melalui kerangka pemikiran dan pembahasan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian yang membahas jenis penelitian, objek, besaran populasi dan sampelnya, serta jenis dan sumber data yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

digunakan untuk mengumpulkan data. Ini juga mencakup metode pengumpulan dan analisis data, serta uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menyebarkan kuesioner ke mahasiswa di Kota Jakarta.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan hasil penelitian beserta analisisnya yang terdiri dari gambaran umum tentang latar penelitian, temuan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi kesimpulan akhir dari hasil analisa dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, serta berisikan saran terhadap hasil penelitian untuk perbaikan pada penelitian selanjutnya dan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak tertentu.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian ,penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk meneliti seberapa besar pengaruh religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko terhadap *impulsive buying* dalam penggunaan *shopee pay later* (Studi kasus pada mahasiswa gen z pengguna *shopee pay later*). Objek pada penelitian ini adalah Mahasiswa Gen Z pengguna *shopee pay later*. Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang memiliki bobot pertanyaan sebanyak 20 pertanyaan dengan menggunakan skala likert sebagai opsi jawabannya.

Berdasarkan hasil pengujian data penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini terdapat keunikan sebagai berikut:

1. Religiusitas mempengaruhi Mahasiswa Gen Z di Jakarta dalam melakukan pembelian impulsif melalui berbagai faktor seperti menerapkan nilai agama, memilih produk yang halal serta merencanakan pembelian lebih teratur dan terencana, untuk pernyataan pada variabel religiusitas yang paling berpengaruh terdapat pada pernyataan “secara teratur melaksanakan ibadah”.
2. *Sales promotion* mempengaruhi Mahasiswa Gen Z di Jakarta dalam melakukan pembelian impulsif melalui berbagai faktor seperti ketertarikan pada kupon hadiah, mencari informasi promo, ketertarikan pada voucher belanja serta pengaruh potongan harga, untuk pernyataan pada variabel *sales promotion* yang paling berpengaruh terdapat pada pernyataan “tertarik belanja karena adanya pemberian voucher belanja”.
3. Persepsi risiko mempengaruhi Mahasiswa Gen Z di Jakarta dalam melakukan pembelian impulsif melalui berbagai faktor seperti keamanan data, kekhawatiran penggunaan berlebihan, dan kekhawatiran terhadap risiko tertentu pada variabel persepsi risiko yang paling berpengaruh “merasa khawatir apabila menggunakan *Shopee Pay Later* secara berlebihan”.
4. Religiusitas, *sales promotion* dan persepsi risiko secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif mahasiswa Gen Z di Jakarta yang menggunakan *Shopee Pay Later*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat

Mahasiswa Gen Z di Jakarta harus meningkatkan kesadaran mereka terhadap literasi

keuangan, terutama dalam mengelola keuangan pribadi dan memahami risiko penggunaan layanan kredit seperti Shopee Pay Later.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Dengan menambahkan variabel bebas, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber data dan rujukan untuk penelitian berikutnya.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Menyediakan layanan konseling keuangan yang dapat membantu mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka dan memberikan nasihat mengenai penggunaan layanan kredit secara bertanggung jawab.

4. Bagi Perusahaan

Diharapkan Shopee dapat mengembangkan fitur-fitur baru yang membantu konsumen untuk membuat keputusan belanja yang lebih bijak, seperti *reminder* untuk mengevaluasi kembali barang yang ada di keranjang belanja sebelum melakukan pembayaran.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



DAFTAR PUSTAKA

- Afwin, A. M., Zuhrotus Sufiyana, A., & Hakim, D. M. (n.d.). *PENGELOLAAN SELF CONTROL DALAM MENINGKATKAN RELIGIUSITAS SISWA DI SEKOLAH MENENGAH ATAS ISLAM AL-MA'ARIF SINGOSARI*.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/fai/index>
- Arliny, A., Muhammadun, M., Resky Pangestu, D., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pengaruh Diskon Terhadap Peningkatan Impulse Buying Pembeli di Toko Sejahtera Kota Parepare. *Jurnal Ekonomi Syariah [ONLINE]*, 1, 58–68.
<https://doi.org/10.35905/rikaz.v1i2.6406>
- Ascasaputra, A., & Arimbi, K. P. (2022). ANALISIS PEMBELIAN IMPULSIF PADA MARKETPLACE PADA MASA PANDEMI COVID 19. *Managemnt Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 17(2), 187–201. <https://doi.org/10.33369/insight.17.2.187-201>
- Ashilah, F., & Waluyo, D. B. (2023). *Pengaruh Cashless Society, Gaya Hidup dan Tingkat Religiositas Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Generasi Z*.
- Bagoes, T., Hidayat, W., Punia, N., Luh, N., & Kebayantini, N. (2020). *PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF KAUM REMAJA DI DESA TEGAL KERTHA, KECAMATAN DENPASAR BARAT, KOTA DENPASAR*.
- Baskara, I. B. (n.d.). *PENGARUH POTONGAN HARGA (DISCOUNT) TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (IMPULSE BUYING) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember)*.
- Darma D. (2023). STUDI EMPIRIS PERILAKU KONSUMEN ALIEXPRESS: PERAN ONLINE CONSUMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF. *Jurnal Baruan Horizon*, 6(1).
- Dewa, I., Sayang, G., Yadnya, A., Warastuti, D., Karawang, B. P., Mitra, S., & Husada Jakarta, R. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja di Jakarta: Studi Mengenai Interaksi Online, Pengaruh Endorsement, dan Dampak Psikologis. In *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science* (Vol. 1, Issue 05).
- Fuadi, R., & Supraba, D. (2023). Kontrol diri pada perilaku konsumtif remaja yang menggunakan fitur Shopee Pay Later. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 3(2). <https://doi.org/10.18860/jips.v3i2.21070>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Ed. 9, Cet. IX* (9 ; Cet. I). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hanik, U., Wulandari, W., Nabila, N., Kustina, L., & Pelita Bangsa, U. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater Di Kabupaten Bekasi. *Global: Jurnal Lentera BITEP*, 2(1). <https://lenteranusa.id/>
- Mahendra Indriawan, B., & Hari Santoso, I. (2023). Pengaruh Sales Promotion, Content Marketing, Dan Shopping Lifestyle Content Creator Tiktok Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekombis Review*, 11(1), 905–914. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>
- Malviya B., Jain V., & Arya S. (2021). An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce). *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(3). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.090>
- Maulani, M. R., Yuliana, I., Marlina, F. N., Nirwana, B. N., & Aditia, R. (2023). Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Beli Kosmetik Halal dengan Sikap Millennial sebagai Mediasi. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 195–208. <https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3626>
- Mirsyah, S., Nasution, A., & Febriansyah, M. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Harga, Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Financial Technology DANA Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU. 3(1).
- Muchnisa, F., Prodi Manajemen, M., Ekonomi dan Bisnis, F., Syiah Kuala, U., & Fakultas Ekonomi dan Bisnis, D. (2020). PENGARUH PEMBELIAN IMPULSIF TERHADAP KECEMASAN KONSUMEN YANG BERDAMPAK PADA PEMBELIAN KOMPULSIF DAN DIMEDIASI OLEH ESKAPISME (STUDI KASUS PADA MATAHARI DEPARTEMEN STORE DI BANDA ACEH). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA*, 4(1). <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Nuwani H., & Devinda. (2021). PENGARUH COUPONS, DISCOUNT, DAN MARKETING EVENT TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PLATFORM PENGIRIMAN ONLINE GRABFOOD DI YOGYAKARTA. *Journal Stimykpn*, 2(2).
- Philip Kotler, & Kevin lane Keller. (2016). *Marketing Management*. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Pratiwi, V. J., Efendi, F., Fariz, M., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh Voucher Diskon Belanja Pada Live Streaming Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Impulsive Buying Dikalangan Mahasiswa UIN Walisongo Semarang. *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(2), 391–400. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i2.1839>

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Safitri, Y., & Yahya, A. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE. In *IHTIYATH Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* (Vol. 7, Issue 1).

Septila, R., & Aprilia, E. D. (2017). IMPULSE BUYING PADA MAHASISWA. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 2(2).

Subagio A., Shulthoni M., Reginanikenw, & Adindaviasa. (n.d.). *RELIGIUSITAS PEMBELIAN IMPULSIF DAN STIMULUS EKSTERNAL GENERASI Z DALAM PEMBELIAN ONLINE: STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS JEMBER*.

Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Setiyawami, Ed.).

Susanti, L., & Triatmaja, M. F. (2023). Pengaruh Religiusitas Dan Green Consciousness Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Green Wash. *Media Ekonomi*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.30595/medek.v23i1.14229>

Untari, D. T., & Widyastuty, I. (2021). THE EFFECT of PROMOTION on IMPULSIVE BUYING with LIFESTYLE as a MODERATION VARIABLE on FASHION PRODUCTS in ONLINE SHOP SHOPEE. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 10(4), 5–8. <https://doi.org/10.26458/jedep.v10i4.710>

Utami Whidya Christina. (2018). *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia* (Vol. 81).

Virgy Pramono, G., Psikologi, F., Studi Psikologi, P., Kristen Satya Wacana Salatiga, U., & Hendro Wibowo, D. (n.d.). *HUBUNGAN SELF MONITORING DENGAN IMPULSIVE BUYING TERHADAP PRODUK FESYEN PADA MAHASISWI RANTAU*. <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/perseptual>

Widoatmodjo S. (2021). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI PEMBELIAN IMPULSIF PADA E- COMMERCE DI JAKARTA SELAMA PANDEMI COVID-19*.

Wulansari D. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI*, 1(1), 78–89.

Zulfah, S. (2018). *PENGARUH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI LINGKUNGAN (STUDI KASUS KELURAHAN SITI REJO I MEDAN)*. 13(2), 1410–4520.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Yth. Para

Responden

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Dengan hormat, bersama dengan kuesioner ini saya:

Nama : Muhammad Hafiidh Sulaeman

Jurusan/Prodi : Akuntansi/D4-Keuangan dan Perbankan Syariah

Perguruan Tinggi : Politeknik Negeri Jakarta

Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, *Sales Promotion* dan Persepsi Risiko terhadap *Impulsive buying* dalam Penggunaan Shopee Pay Later” dalam rangka menyusun skripsi, di bawah bimbingan Bapak Dr. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., AWP., M.Si.

Apabila responden memenuhi kriteria berikut:

1. Generasi Z dengan usia 18-27 Tahun
2. Berdomisili di DKI Jakarta
3. Mahasiswa di DKI Jakarta
4. Pengguna *E-Commerce* Shopee
5. Pengguna Shopee Pay Later

Saya memohon ketersediaan para responden untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, dimohon untuk memberikan jawaban yang jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenar- benarnya. Seluruh data dan jawaban dari kuesioner ini terjaga kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Apabila ada yang memiliki pertanyaan, kiritik, dan saran mengenai penelitian ini, silahkan hubungi *whatsapp* 088213847647 atau email: muhammadhafiidhsulaeman@gmail.com .Saya mengucapkan terima kasih atas ketersediaan dan kontribusinya dalam pengisian kuesioner ini. Semoga Allah SWT selalu memudahkan segala urusan dan melancarkan rezekinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Terdapat tiga bagian dalam kuesioner ini, setiap bagian masing-masing ada petunjuk pengisiannya yang dijelaskan sebagai berikut:

Bagian 1

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Responden silahkan mengisi pertanyaan penyaring sebelum dapat lanjut ke bagian 2, untuk pengisiannya sebagai berikut:

1. Jika responden sesuai dalam pertanyaan tersebut, maka jawab (Ya) dan bisa ke nomor pertanyaan penyaring berikutnya.
2. Jika responden tidak sesuai dalam pertanyaan tersebut, maka jawab (Tidak) dan pengisian kuesioner berhenti pada pengisian nomor yang sedang diisi.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



(Lanjutan)

PERNYATAAN PENYARING			
	Pernyataan	Ya	Tidak (Jika tidak, pengisian kuesioner berhenti sampai disini)
1	Apakah Anda berusia 18-27 tahun?		
2	Apakah Anda berdomisili di Jakarta?		
3	Apakah Anda Mahasiswa di DKI Jakarta		
4	Apakah Anda Pengguna <i>E-Commerce</i> Shopee		
5	Apakah Anda Pengguna Shopee <i>Pay Later</i>		

Bagian 2

Jika responden tidak keberatan silahkan mengisi identitas diri yang sesuai.

Nama :

Usia :

Pendidikan terakhir :

SD

SMP

SMA/SMK

D3/S1

Domisili

 Jakarta Selatan Jakarta timur Jakarta Barat Jakarta Utara Jakarta Pusat

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



(Lanjutan)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Mahasiswa di DKI Jakarta

- Jakarta Selatan
- Jakarta timur
- Jakarta Barat
- Jakarta Utara
- Jakarta Pusat

Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

Bagian 3

Responden diminta memilih pernyataan yang paling sesuai dengan responden. Tidak ada jawaban benar atau salah, silahkan isi sesuai dengan kondisi yang sebenarnya responden rasakan. Terdapat lima alternatif, antara lain:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Religiusitas (X1)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya secara teratur melaksanakan ibadah agama saya.					
2	Nilai-nilai agama sangat mempengaruhi perilaku dan keputusan pembelian saya.					
3	Saya memilih untuk membeli produk yang halal					
4	Saya merasa kurangnya faktor religiusitas membuat saya melakukan pembelian yang impulsif					
5	Saya berusaha untuk tidak boros dalam pengambilan keputusan pembelian					

(Lanjutan)

Impulsive Buying dalam Penggunaan Shopee Pay Later (Y)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya cenderung berbelanja tanpa direncanakan terlebih dahulu.					
2	Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya cenderung membeli barang yang saya inginkan dibandingkan dengan barang yang saya butuhkan.					
3	Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya tidak dapat menahan diri untuk tidak membeli produk yang terlihat menarik.					
4	Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya cenderung berbelanja tanpa memikirkan manfaat dari produk yang dibeli.					
5	Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya merasa tidak dapat mengontrol pengeluaran					

Sales Promotion (X2)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mudah tertarik untuk berbelanja karena adanya kupon hadiah yang menarik					
2	Saya sering mencari informasi mengenai promo yang sedang berlangsung					
3	Saya tertarik berbelanja karena adanya pemberian voucher belanja					
4	Saya berbelanja karena adanya potongan harga yang besar.					
5	Saya sering berbelanja karena diskon yang menggiurkan.					

Persepsi Risiko (X3)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya cenderung membandingkan harga produk sebelum membelinya					
2	Sebelum membeli produk saya selalu membaca ulasan produk karena saya khawatir barang tidak sesuai					
3	Saya merasa khawatir apabila data pribadi saya tidak sepenuhnya terjaga dengan baik oleh pihak Shopee					
4	Saya merasa khawatir apabila saya menggunakan Shopee Pay Later secara berlebihan					
5	Saya merasa khawatir terhadap adanya risiko tertentu yang tidak dapat dihindari karena harus saya tanggung ketika menggunakan E-commerce Shopee					

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Lampiran 2 Tabulasi Data

Hasil Kuesioner Variabel Religiusitas

No.	Religiusitas X1					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	3	2	4	4	3	16
2	4	4	4	3	4	19
3	3	3	4	4	4	19
4	3	4	4	4	4	19
5	3	2	3	4	5	17
6	3	4	4	5	4	20
7	3	4	4	5	5	21
8	4	4	3	3	4	18
9	5	5	4	4	5	23
10	3	4	4	4	3	18
11	4	4	5	4	5	22
12	3	4	3	4	4	18
13	3	4	4	4	5	18
14	3	4	4	3	4	18
15	4	5	5	4	5	23
16	4	4	4	3	4	19
17	4	5	4	4	5	22
18	4	4	5	4	5	22
19	4	5	4	4	5	22
20	4	5	4	4	5	22
21	3	4	4	3	4	18
22	4	4	5	4	4	21
23	3	4	3	4	3	18
24	4	3	3	4	4	18
25	3	3	4	3	4	17
26	3	3	5	4	3	18
27	5	4	4	5	4	22
28	5	5	5	4	5	24
29	4	5	4	5	4	22
30	5	5	5	5	5	24
31	5	5	4	4	5	18
32	5	5	5	5	5	24
33	4	5	4	5	4	23
34	4	4	4	4	4	23

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No.	Religiusitas X1					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
35	4	4	5	5	5	22
36	4	5	5	4	5	25
37	5	4	4	4	5	25
38	5	5	5	5	5	22
39	3	3	4	4	4	22
40	5	4	5	5	5	24
41	4	3	3	4	4	18
42	5	5	4	5	5	24
43	5	4	4	5	5	23
44	5	5	4	5	4	23
45	5	4	5	4	4	22
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	4	5	4	4	5	22
49	5	5	4	4	4	22
50	4	5	4	5	4	22
51	5	4	5	4	5	23
52	4	5	5	4	5	23
53	5	4	5	4	5	22
54	4	4	5	4	5	22
55	4	3	4	4	5	20
56	5	4	4	4	5	22
57	5	4	5	4	4	22
58	4	5	4	4	5	22
59	5	5	4	4	5	23
60	5	4	5	4	5	23
61	5	4	5	4	4	22
62	5	5	4	4	4	22
63	4	5	4	4	5	21
64	4	4	4	5	4	21
65	5	4	4	4	4	21
66	5	4	4	4	5	22
67	4	4	5	4	5	22
68	5	4	5	4	4	22
69	4	5	4	4	5	22
70	5	4	5	4	4	22
71	4	4	3	3	4	18
72	4	5	5	4	5	23



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No.	Religiusitas X1					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
73	5	3	4	4	5	21
74	4	4	5	4	4	21
75	4	5	3	4	5	21
76	4	4	5	4	4	21
77	5	4	4	5	5	23
78	4	4	3	3	4	18
79	5	4	4	5	5	23
80	4	2	4	3	5	18
81	3	4	5	3	4	19
82	4	4	4	3	4	19
83	5	4	5	4	5	20
84	4	5	4	3	4	20
85	4	5	4	4	4	21
86	5	4	4	4	5	22
87	4	5	5	4	4	22
88	3	4	4	3	5	19
89	3	4	4	4	4	19
90	3	4	4	4	5	20
91	4	4	5	5	4	22
92	4	5	3	3	4	19
93	4	3	4	3	3	18
94	4	4	3	4	3	18
95	4	2	3	3	4	16
96	4	4	4	5	5	22
97	3	3	4	3	3	16
98	3	2	4	4	4	17
99	3	4	5	4	3	19
100	4	2	4	3	3	16
101	5	4	5	4	5	23
102	4	5	5	4	4	22
103	4	4	2	4	4	20
104	4	4	4	4	4	20

(Lanjutan)

Hasil Kuesioner variabel *Sales Promotion*

No.	Sales Promotion					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	3	2	4	4	3	16
2	4	4	4	3	4	19
3	3	3	4	4	4	18
4	3	4	4	4	4	19
5	3	2	3	4	5	17
6	3	4	4	5	4	20
7	3	4	4	5	5	21
8	4	4	3	3	4	18
9	5	5	4	4	5	23
10	3	4	4	4	3	18
11	4	4	5	4	5	22
12	3	4	3	4	4	18
13	3	4	4	4	5	20
14	3	4	4	3	4	18
15	4	5	5	4	5	23
16	4	4	4	3	4	19
17	4	5	4	4	5	22
18	4	4	5	4	5	22
19	4	5	4	4	5	22
20	4	5	4	4	5	22
21	3	4	4	3	4	18
22	4	4	5	4	4	21
23	3	4	3	4	3	17
24	4	3	3	4	4	18
25	3	3	4	3	4	17
26	3	3	5	4	3	18
27	5	4	4	5	4	22
28	5	5	5	4	5	24
29	4	5	4	5	4	22
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	4	4	5	23
32	5	5	5	5	5	25
33	4	5	4	5	4	22
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	5	5	5	23

Hak Cipta :

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

No.	Sales Promotion					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
36	4	5	5	4	5	23
37	5	4	4	4	5	22
38	5	5	5	5	5	25
39	3	3	4	4	4	18
40	5	4	5	5	5	24
41	4	3	3	4	4	18
42	5	5	4	5	5	24
43	5	4	4	5	5	23
44	5	5	4	5	4	23
45	5	4	5	4	4	22
46	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	25
48	4	5	4	4	5	22
49	5	5	4	4	4	22
50	4	5	4	5	4	22
51	5	4	5	4	5	23
52	4	5	5	4	5	23
53	5	4	5	4	5	23
54	4	4	5	4	5	22
55	4	3	4	4	5	20
56	5	4	4	4	5	22
57	5	4	5	4	4	22
58	4	5	4	4	5	22
59	5	5	4	4	5	23
60	5	4	5	4	5	23
61	5	4	5	4	4	22
62	5	5	4	4	4	22
63	4	5	4	4	5	22
64	4	4	4	5	4	21
65	5	4	4	4	4	21
66	5	4	4	4	5	22
67	4	4	5	4	5	22
68	5	4	5	4	4	22
69	4	5	4	4	5	22
70	5	4	5	4	4	22
71	4	4	3	3	4	18
72	4	5	5	4	5	23
73	5	3	4	4	5	21

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No.	Sales Promotion					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
74	4	4	5	4	4	21
75	4	5	3	4	5	21
76	4	4	5	4	4	21
77	5	4	4	5	5	23
78	4	4	3	3	4	18
79	5	4	4	5	5	23
80	4	2	4	3	5	18
81	3	4	5	3	4	19
82	4	4	4	3	4	19
83	5	4	5	4	5	23
84	4	5	4	3	4	20
85	4	5	4	4	4	21
86	5	4	4	5	5	23
87	4	5	5	4	4	22
88	3	4	4	3	5	19
89	3	4	4	1	4	16
90	3	4	4	4	5	20
91	4	5	5	5	4	23
92	4	2	3	3	4	16
93	1	3	1	3	3	11
94	4	4	3	4	3	18
95	4	2	1	1	4	12
96	4	4	5	5	5	23
97	5	3	4	3	3	18
98	3	2	1	4	4	14
99	3	4	5	4	5	21
100	4	2	4	3	3	16
101	4	5	4	4	5	22
102	4	4	5	5	4	22
103	4	4	3	3	4	18
104	4	4	4	3	4	19

(Lanjutan)

Hasil Kuesioner variabel Persepsi Risiko

No.	Persepsi Risiko					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	4	4	4	20
2	4	5	4	4	4	21
3	4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	5	25
6	3	3	4	4	3	17
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	4	2	5	5	4	20
10	4	5	4	5	4	22
11	4	5	5	5	4	23
12	5	3	4	5	4	21
13	5	5	5	5	5	25
14	5	4	4	4	5	22
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	4	5	24
17	4	4	3	4	5	20
18	3	3	3	3	4	16
19	3	5	5	5	5	23
20	3	4	3	4	4	18
21	3	5	3	3	4	18
22	4	5	5	5	4	23
23	4	5	4	5	4	22
24	3	5	5	5	5	23
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	5	5	5	25
27	3	5	5	5	5	23
28	3	4	3	4	5	19
29	4	4	4	4	4	20
30	5	4	5	5	5	24
31	4	4	4	4	4	20
32	5	5	3	5	5	23
33	3	4	4	5	5	21
34	4	4	5	4	4	21
35	3	5	4	5	5	22

Hak Cipta :

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No.	Persepsi Risiko					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
36	4	4	4	5	4	21
37	4	5	4	5	4	22
38	4	5	4	4	4	21
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	3	4	4	4	4	19
42	3	4	4	4	4	19
43	5	4	3	3	4	19
44	4	4	3	4	4	19
45	4	5	5	5	5	24
46	2	3	5	4	4	18
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	4	20
49	4	5	4	5	5	23
50	5	5	4	5	5	24
51	5	4	4	5	5	23
52	5	5	4	5	5	24
53	5	4	5	5	5	24
54	4	3	4	4	5	20
55	5	5	4	5	5	24
56	5	5	4	3	4	21
57	4	5	5	4	4	22
58	5	5	3	5	4	22
59	5	4	4	5	4	22
60	5	4	5	5	4	23
61	5	4	5	5	4	23
62	5	4	5	5	5	24
63	5	5	4	5	4	23
64	5	4	5	5	5	24
65	4	5	4	5	5	23
66	5	5	4	4	5	23
67	5	4	5	4	4	22
68	4	5	4	4	5	22
69	5	5	4	5	4	23
70	5	5	4	5	4	23
71	5	4	5	4	5	23
72	5	5	5	5	4	24
73	5	4	5	5	4	23



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

No.	Persepsi Risiko					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
74	5	4	5	4	5	23
75	4	5	4	5	5	23
76	4	4	5	4	4	21
77	5	4	4	5	4	22
78	4	5	5	4	4	22
79	5	4	5	5	4	23
80	5	5	5	4	5	24
81	5	4	5	5	5	24
82	5	5	4	5	4	23
83	5	4	4	5	4	22
84	4	5	5	5	4	23
85	5	4	4	5	4	22
86	4	5	4	5	4	22
87	5	5	4	5	5	24
88	4	5	4	5	4	22
89	5	4	5	5	4	23
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	4	5	4	23
92	5	5	4	5	5	24
93	5	4	5	5	4	23
94	5	4	5	5	4	23
95	4	5	4	4	4	21
96	5	5	5	4	4	23
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	4	5	5	24
99	2	3	3	1	1	10
100	3	4	4	4	2	17
101	4	3	4	3	4	18
102	4	4	5	5	4	22
103	3	3	4	3	4	17
104	5	4	4	5	4	22

Lampiran 3 Uji Instrumen

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Religiusitas
X1.1	Pearson Correlation	1	,362**	,288**	,340**	,423**	,657**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,003	<,001	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X1.2	Pearson Correlation	,362**	1	,230*	,330**	,354**	,651**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,019	<,001	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X1.3	Pearson Correlation	,288**	,230*	1	,267**	,245*	,529**
	Sig. (2-tailed)	,003	,019		,006	,012	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X1.4	Pearson Correlation	,340**	,330**	,267**	1	,315**	,622**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,006		,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X1.5	Pearson Correlation	,423**	,354**	,245*	,315**	1	,601**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,012	,001		<,001
	N	104	104	104	104	104	104
Religiusitas	Pearson Correlation	,657**	,651**	,529**	,622**	,601**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	104	104	104	104	104	104

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

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



(Lanjutan)

Variabel *Sales Promotion*

		Correlations					SalesPromotion
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	n
X2.1	Pearson Correlation	1	,348**	,395**	,345**	,373**	,700**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X2.2	Pearson Correlation	,348**	1	,419**	,388**	,379**	,731**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X2.3	Pearson Correlation	,395**	,419**	1	,399**	,337**	,741**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X2.4	Pearson Correlation	,345**	,388**	,399**	1	,319**	,696**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X2.5	Pearson Correlation	,373**	,379**	,337**	,319**	1	,649**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	104	104	104	104	104	104
SalesPromotion	Pearson Correlation	,700**	,731**	,741**	,696**	,649**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	104	104	104	104	104	104

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

Variabel Persepsi Risiko

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	PersepsiRisiko
X3.1	Pearson Correlation	1	,273**	,291**	,472**	,359**	,725**
	Sig. (2-tailed)		,005	,003	<,001	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X3.2	Pearson Correlation	,273**	1	,102	,381**	,378**	,620**
	Sig. (2-tailed)	,005		,305	<,001	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X3.3	Pearson Correlation	,291**	,102	1	,402**	,242*	,580**
	Sig. (2-tailed)	,003	,305		<,001	,013	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X3.4	Pearson Correlation	,472**	,381**	,402**	1	,461**	,795**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
X3.5	Pearson Correlation	,359**	,378**	,242*	,461**	1	,702**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,013	<,001		<,001
	N	104	104	104	104	104	104
PersepsiRisiko	Pearson Correlation	,725**	,620**	,580**	,795**	,702**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	104	104	104	104	104	104

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

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(Lanjutan)

Variabel Impulsive Buying dalam Penggunaan Shopee Pay Later

		Correlations					ImpulsiveBuying
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	g
Y1	Pearson Correlation	1	,092	,228*	,233*	,555**	,615**
	Sig. (2-tailed)		,353	,020	,017	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
Y2	Pearson Correlation	,092	1	,358**	,296**	,327**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,353		<,001	,002	<,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
Y3	Pearson Correlation	,228*	,358**	1	,234*	,317**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,020	<,001		,017	,001	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
Y4	Pearson Correlation	,233*	,296**	,234*	1	,248*	,622**
	Sig. (2-tailed)	,017	,002	,017		,011	<,001
	N	104	104	104	104	104	104
Y5	Pearson Correlation	,555**	,327**	,317**	,248*	1	,726**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,001	,011		<,001
	N	104	104	104	104	104	104
ImpulsiveBuying	Pearson Correlation	,615**	,646**	,671**	,622**	,726**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	104	104	104	104	104	104

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

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

(Lanjutan)

Realibilitas Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,695	5

Sales promotion

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,745	5

Persepsi Risiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,718	5

Impulsive Buying dalam penggunaan shopee pay later

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	6



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengikikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		104	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,22203369	
Most Extreme Differences	Absolute	,104	
	Positive	,048	
	Negative	-,104	
Test Statistic		,104	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,008	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,007	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,005
		Upper Bound	,010

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,991	2,959		4,728	<,001		
	Religiusitas	,352	,190	,342	1,850	,067	,264	3,792
	Sales Promotion	,028	,160	-,032	-,174	,862	,264	3,794
	Persepsi Risiko	-,006	,094	-,006	-,068	,946	,998	1,002

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

(Lanjutan)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,991	2,959		4,728	<,001		
	Religiusitas	,352	,190	,342	1,850	,067	,264	3,792
	Sales Promotion	,028	,160	-,032	-,174	,862	,264	3,794
	Persepsi Risiko	-,006	,094	-,006	-,068	,946	,998	1,002

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13,991	2,959			4,728	<,001
	Religiusitas	,352	,190	,342		1,850	,067
	Sales Promotion	,028	,160	-,032		-,174	,862
	Persepsi Risiko	-,006	,094	-,006		-,068	,946

a. Dependent Variable: Impulsive Buying

JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Uji Hipotesis

Uji T Religiusitas

Model	Coefficients ^a			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error				
1	(Constant)	13,863	2,029		6,833	<,001
	Religiusitas	,324	,097	,315	3,347	,001

a. Dependent Variable: Impulsive buying

Sumber : Output SPSS diolah

Uji T Sales Promotion

Model	Coefficients ^a			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error				
1	(Constant)	15,942	1,722		9,256	<,001
	Sales Promotion	,226	,082	,262	2,737	,007

a. Dependent Variable: Impulsive buying

Sumber : Output SPSS diolah

Uji T Persepsi Risiko

Model	Coefficients ^a			Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error				
1	(Constant)	21,000	2,159		9,728	<,001
	Persepsi Risiko	-,018	,098	-,018	-,179	,858

a. Dependent Variable: Impulsive buying

Uji F

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	56,060	3	18,687	3,674	,015 ^b
	Residual	508,556	100	5,086		
	Total	564,615	103			

a. Dependent Variable: Impulsive buying

b. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko, Religiusitas, Sales Promotion



Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Respoden

Religiusitas

Pernyataan Variabel Religiusitas	Frekuensi Respoden					Rata rata skor
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Saya secara teratur melaksanakan ibadah agama saya.			22	48	34	4,11
Nilai-nilai agama sangat mempengaruhi perilaku dan keputusan pembelian saya.		6	10	55	33	4,10
Saya memilih untuk membeli produk yang halal		1	12	56	35	4,20
Saya merasa kurangnya faktor religiusitas membuat saya melakukan pembelian yang impulsif			18	65	21	4,02
Saya berusaha untuk tidak boros dalam pengambilan keputusan pembelian			9	46	49	4,38
Rata rata skor						4,16

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak mengutipkan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pernyataan Variabel Sales promotion	Frekuensi Responden					Rata rata skor
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Saya mudah tertarik untuk berbelanja karena adanya kupon hadiah yang menarik	1	0	21	48	34	4,09
Saya sering mencari informasi mengenai promo yang sedang berlangsung	0	7	10	54	33	4,08
Saya tertarik berbelanja karena adanya pemberian voucher belanja	3	0	12	54	35	4,13
Saya berbelanja karena adanya potongan harga yang besar.	2	0	19	60	23	3,98
Saya sering berbelanja karena diskon yang menggiurkan.	0	0	8	46	50	4,40
Rata rata skor						4,14

(Lanjutan)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pernyataan Variabel Persepsi Risiko	Frekuensi Responden					Rata rata skor
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Saya cenderung membandingkan harga produk sebelum membelinya	0	2	14	37	50	4,30
Sebelum membeli produk saya selalu membaca ulasan produk karena saya khawatir barang tidak sesuai	0	1	8	44	50	4,38
Saya merasa khawatir apabila data pribadi saya tidak sepenuhnya terjaga dengan baik oleh pihak Shopee	0	0	10	53	40	4,28
Saya merasa khawatir apabila saya menggunakan Shopee Pay Later secara berlebihan	1	0	6	36	60	4,49
Saya merasa khawatir terhadap adanya risiko tertentu yang tidak dapat dihindari karena harus saya tanggung ketika menggunakan E-commerce Shopee	1	1	1	60	40	4,32
Rata rata skor						4,35



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pernyataan Variabel Impulsive Buying	Frekuensi Responden					Rata rata skor
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju	
Ketika berbelanja online menggunakan <i>Shopee Pay Later</i> , saya cenderung berbelanja tanpa direncanakan terlebih dahulu.	0	1	10	58	35	4,22
Ketika berbelanja online menggunakan <i>Shopee Pay Later</i> , saya cenderung membeli barang yang saya inginkan dibandingkan dengan barang yang saya butuhkan.	0	3	18	57	26	4,01



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya tidak dapat menahan diri untuk tidak membeli produk yang terlihat menarik.	1	1	24	53	25	3,96
Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya cenderung berbelanja tanpa memikirkan manfaat dari produk yang dibeli.	2	0	8	60	36	4,19
Ketika berbelanja online menggunakan Shopee Pay Later, saya merasa tidak dapat mengontrol pengeluaran	0	0	14	53	37	4,22
Rata rata skor						4,12