Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, FOMO, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:
Wahjay Nugraha Hermawan
20102063

UNIVERSITAS TRILOGI
Program Studi Akuntansi S1
Jakarta
2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	Wahjay Nugraha Hermawan
NIM	:	20102063
Jenjang Pendidikan	:	Strata-1
Program Studi	:	Akutansi
Judul	:	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, FOMO, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater
Tanggal Sidang	:	06-Agustus-2025

Disetujui Oleh:

(Rizka Ramayanti, S.E., M.Si. Ph. D)

Dosen Pembimbing

Disahkan Oleh:

(Dr. Aty Herawati)

Dekan Fakultas

Ekonomi, Bisnis Dan Humaniora

Diketahui Oleh:

(Sri Opti S.E.Ak.,MM.,CA.,CertIPSAS)

Ketua Program Studi Akuntansi

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SIDANG SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Pada hari, Rabu, 06 Agustus 2025 telah diselenggarakan Ujian Sidang Tugas Akhir dengan topik penelitian: "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, FOMO, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater" untuk memenuhi sebagai prasyarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Universitas Trilogi, bagi mahasiswa:

Nama : Wahjay Nugraha Hermawan
NIM : 20102063
Program Studi : Akuntansi

telah dinyatakan Lulus oleh Dewan Penguji yang terdiri dari:

Nama	**Status**	**Tanda tangan**
1. Dr. Nurul Aisyah Rachmawati, S.E., M.S.Ak.	- Ketua Sidang	.....
2. Rizka Ramayanti, S.E., M.Si.	- Dosen Pembimbing	.....

Universitas Trilogi
Teknopreneur, Kolaborasi dan Kemandirian

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini, menyatakan bahwa tugas akhir yang saya serahkan untuk maju ujian sidang adalah murni hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiarsime (penjiplakan).

Apabila pada saat ujian sidang, diketahui dan terbukti bahwa tugas akhir ini merupakan hasil plagiarisme (penjiplakan) baik sebagian atau seluruh isi tugas akhir saya, maka Universitas Trilogi mempunyai hak dan wewenang untuk membatalkan isi dari tugas akhir yang telah saya (sebagai peneliti) tulis dan saya bersedia menerima sanksi *Drop Out* atau tidak dapat melanjutkan studi dari Universitas Trilogi.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa adanya campur tangan ataupun tekanan dari pihak manapun juga.

Jakarta, 27 Agustus 2025
Yang Menyatakan,



(Wahjay Nugraha Hermawan)
NIM : 20102063

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan digital saat ini, terjadi transformasi signifikan dalam sektor ritel dan keuangan, khususnya dalam perilaku belanja secara online. Saat ini, berbagai platform e-commerce telah menyediakan berbagai metode pembayaran yang memudahkan konsumen, salah satunya adalah fitur pay later seperti Shopee Pay Later. Shopee sendiri merupakan platform e-commerce paling besar di Indonesia, dengan total kunjungan mencapai 2,3 miliar pada tahun 2023, yang menunjukkan tingginya aktivitas transaksi pengguna.

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan 350 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner untuk mengevaluasi sejauh mana persepsi terhadap kemudahan penggunaan, kepercayaan, fenomena fear of missing out (FOMO), serta pengaruhnya terhadap impulse buying secara signifikan dan positif.

Kata Kunci: Impulse Buying, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, FOMO, Risiko, Keamanan.

ABSTRACT

With the rapid development of digital technology, significant transformations have occurred in the retail and financial sectors, particularly in online shopping behavior. Currently, various e-commerce platforms offer a variety of payment methods to facilitate consumers, one of which is the paylater feature, Shopee PayLater. Shopee itself is the largest e-commerce platform in Indonesia, with total visits reaching 2.3 billion in 2023, indicating high user transaction activity.

This study employed a quantitative survey approach, involving 350 respondents. Data collection was conducted through remote questionnaires, which examined perceptions of ease of use, trust, the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon, and their significant and positive influence on impulse buying.

Keyword: Impulse Buying, Ease of Use, Trust, FOMO, Risk, Security.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, FOMO, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater"** dengan baik. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi kriteria akademik dalam rangka meraih gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Trilogi. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini menghadapi banyak tantangan dan menyadari adanya kekurangan. Oleh karena itu, banyak pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada::

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, rahmat dan karunia-Nya dan telah memberikan kelancaran serta kemudahan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Pramono Hari Adi, M.S. selaku Rektor Universitas Trilogi.
3. Ibu Rizka Ramayanti, S.E., M.Si. Ph. D. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan nasihat, arahan dan bimbingan dengan sabar dan memberikan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
4. Ibu Dr. Nurul Aisyah Rachmawati, S.E., M.S.Ak. selaku Dosen Penguji skripsi yang telah memberikan persetujuan dan memberikan arahan dalam penyelesaian penulisan skripsi.
5. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Trilogi yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis.
6. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Ayah Agus dan Bunda Desi. Alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini. Terima kasih telah memberikan doa, semangat, kekuatan, motivasi dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan dan selalu berusaha yang terbaik.

7. Akhir kata, penulis berharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penelitian selanjutnya agar dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 06 Agustus 2024

Wahjay Nugraha Hermawan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN PERSYARATAN GELAR ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....**Error! Bookmark not defined.**
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SIDANG SKRIPSI.....**Error! Bookmark not defined.**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ...**Error! Bookmark not defined.**
ABSTRAK .....**Error! Bookmark not defined.**
ABSTRACT .....**Error! Bookmark not defined.**
KATA PENGANTAR .....**Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR ISI .....**Error! Bookmark not defined.**
DAFTAR TABEL 3
DAFTAR LAMPIRAN.....**Error! Bookmark not defined.**
BAB I PENDAHULUAN .....**Error! Bookmark not defined.**
1.1 Latar Belakang .....**Error! Bookmark not defined.**
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian..... 5
1.4 Manfaat Penelitian..... 5
1.5 Sistematika Penulisan 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
2.1 Landasan Teori..... 7
2.1.1 *Theory of Reasoned Action* (TRA)..... 7
2.1.2 Persepsi Kemudahan 7
2.1.3 *Fear Of Missing Out* (FOMO)..... 8
2.1.4 Kepercayaan 9
2.1.6 Risiko 10
2.1.7 Indikator Risiko 11
2.1.8 Keamanan 12
2.1.9 *Impulse Buying*.....13
2.2 Kerangka Konseptual 15
2.3 Hipotesis 16
BAB III METODE PENELITIAN 19
3.1 Model Penelitian.....19
3.2 Subjek dan Objek Penelitian 19

3.3 Populasi dan Sampel.....19
3.3.1 Populasi.....19
3.3.2 Sampel.....19
3.4 Metode Pengumpulan Data.....20
3.5 Definisi Operasional Variabel.....21
3.6 Teknik Analisis Data.....24
BAB IV PEMBAHASAN.....25
4.1 Hasil Penelitian.....25
4.1.1 Objek Penelitian.....25
4.1.2 Deskripsi Responden.....25
4.1.3 Pembahasan.....27
4.1.3.1 Variabel Kemudahan Terhadap *Impulse Buying*.....27
4.1.3.2 Variabel Kepercayaan Terhadap *Impulse Buying*.....28
4.1.3.2 Variabel Fomo Terhadap *Impulse Buying*.....29
4.1.3.2 Variabel Risiko Terhadap *Impulse Buying*.....30
4.1.3.2 Variabel Keamanan Terhadap *Impulse Buying*.....31
4.2 Hasil Penelitian.....32
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran atau Outer Model.....33
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran atau Outer Model.....34
4.2.1.2 *Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT)*.....36
4.2.1.2 *Outer Loading*.....37
4.2.1.3 *Uji Reliabilitas*.....40
4.2.2 Struktural Model VIF *(Variance Inflated Faktor)*.....41
4.2.3 Evaluasi Model Struktural atau *Inner Model*.....42
4.2.4 Predictive Relevance (Q^2).....43
4.2.5 Uji Coefficient.....45
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN & SARAN.....48
5.1 Kesimpulan.....49
5.2 Keterbatasan Penelitian.....49
5.3 Saran.....

DAFTAR TABEL

Bobot Nilai Angket 21
Operasional Variabel 21
Jenis Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 26
Gen/Umur 26
Responden Berdasarkan Pendidikan 27
Hasil Kuesioner Kemudahan 29
Hasil Kuesioner Kepercayaan 30
Hasil Kuesioner Risiko 31
Hasil Kuesioner Keamanan 32
Outer Loading 34
Heteroit-Monotrait Ratio (HTMT) 35
Cross Loading 36
Uji Reliabilitas 37
VIF (Variance Inflated Faktor) 38
R-Square 39
F-Square 39
Predictive Relevance (Q2) 39
Patch Coefficient 41