

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Transaksi Shopee *PayLater* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Blitar” ini di tulis oleh Bunga Atika Damayanti, NIM. 12402193243, Pembimbing Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.

Shopee menyediakan berbagai pilihan dalam metode pembayaran, salah satu metode pembayaran yang cukup menarik yaitu Shopee *PayLater*. Shopee *PayLater* memiliki konsep *PayLater* yang pada dasarnya sama dengan kartu kredit namun dikemas lebih menarik. Shopee *PayLater* menawarkan beli sekarang bayar nanti dengan sistem seperti hutang sehingga dapat menerima barangnya terlebih dahulu dan membayarkannya nanti dengan sekali bayar atau cicilan. Adanya Shopee *PayLater* ini menarik para penggunanya untuk menggunakan sistem pembayaran ini karena adanya manfaat dan kemudahan transaksi sehingga dapat mengakibatkan adanya perilaku konsumtif khususnya pengguna generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang mudah terpengaruh oleh perkembangan teknologi.

Tujuan dalam penelitian ini (1) untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat transaksi Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Blitar (2) untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan pengguna Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Blitar (3) untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan transaksi Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan jumlah 100 responden generasi milenial pengguna Shopee *PayLayer* di Kota Blitar dengan rentan umur 20-40 tahun. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 26.0.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan transaksi Shopee *PayLater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Blitar. Sedangkan secara simultan menggunakan uji f atau secara bersama-sama menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan transaksi Shopee *PayLater* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Blitar.

Kata Kunci: Shopee *PayLater*, Perilaku Konsumtif, Generasi Milenial

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Perceived Benefits and Perceived Ease of Shopee PayLater Transactions on the Consumptive Behavior of the Millennial Generation in Blitar City" was written by Bunga Atika Damayanti, NIM. 12402193243, Supervisor Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.

Shopee provides various choices in payment methods, one of the most interesting payment methods is Shopee PayLater. Shopee PayLater has a PayLater concept which is basically the same as a credit card but packaged more attractively. Shopee PayLater offers buy now pay later with a debt-like system so you can receive the goods first and pay later with a single payment or installments. The existence of Shopee PayLater attracts users to use this payment system because of the benefits and ease of transactions which can result in consumer behavior, especially millennial generation users. The millennial generation is a generation that is easily influenced by technological developments.

The aim of this research is (1) to analyze the influence of the perceived benefits of Shopee PayLater transactions on the consumptive behavior of the millennial generation in Blitar City (2) to analyze the influence of the perceived convenience of Shopee PayLater users on the consumptive behavior of the millennial generation in Blitar City (3) to determine the influence of perceived benefits and the perception of the ease of Shopee PayLater transactions on the consumer behavior of the millennial generation in Blitar City.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. Sampling in this study used a non-probability sampling technique with purposive sampling type. Sampling in this study used the Slovin formula with a total of 100 millennial generation respondents using Shopee PayLayer in Blitar City aged 20-40 years. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis using SPSS 26.0.

The results of this study show that partially using the t test, it shows that the variables of perceived usefulness and perceived ease of Shopee PayLater transactions have a positive and significant effect on consumer behavior in the millennial generation in Blitar City. Meanwhile, simultaneously using the f test or together, it shows that there is a simultaneous influence between the variables of perceived usefulness and perceived ease of Shopee PayLater transactions on the consumer behavior of the millennial generation in Blitar City.

Keywords: *Shopee PayLater, Consumptive Behavior, Millennial Generation*