

**PENGARUH FAKTOR KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPUASAN  
PELANGGAN, DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE* DI SHOPEE SAAT *NEW NORMAL***

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana**



**Disusun Oleh:**

**David Boy Damanik**

**21 18 30497**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

**YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## TUGAS AKHIR

### PENGARUH FAKTOR KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPUASAAN PELANGGAN DAN SISTEM PEMBAYARAN TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE* DI SHOPEE SAAT *NEW NORMAL*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**DAVID BOY DAMANIK**

Nomor Induk Mahasiswa: 211830497

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 24 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

**Susunan Tim Penguji:**

Pembimbing



Heni Kusumawati, S.E., M.Si.

Penguji



Conny Tjandra Rahardja, Dra., M.M.

Yogyakarta, 24 Juni 2022  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta  
Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of security, convenience, customer satisfaction and payment systems on online shopping decisions in the Shopee application during the new normal. The sample selection method used in this study was purposive sampling with the criteria of people living in Yogyakarta who like to shop online on the shopee application. The type of data used in this study is primary data obtained by using a questionnaire via google form with a total of 113 respondents.*

*The results of this study indicate that the security factor (X1) has a positive effect on online shopping decisions, the convenience factor (X2) has no effect on online shopping decisions, the customer satisfaction factor (X3) has no effect on online shopping decisions, and the payment system factor (X4) does not influence on online shopping decisions.*

**Keywords:** *Security, Convenience, Purpose, Payment System, Online Shopping Decision.*

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## PENDAHULUAN

Penggunaan situs atau aplikasi belanja *online* semakin meningkat dari tahun ke tahun. Tercatat sejak covid masuk ke Indonesia, aplikasi Shopee sering dikunjungi masyarakat Indonesia sampai saat ini. Berdasarkan data dari BI hingga akhir tahun 2021, transaksi *E-Commerce* meningkat sebesar 48,4%. Dalam berbelanja *online* di aplikasi shopee, biasanya masyarakat menggunakan 2 sistem pembayaran saat melakukan proses belanja *online* di aplikasi Shopee. Sistem pembayaran yang digunakan yaitu sistem pembayaran tunai dan non tunai. Kedua sistem pembayaran ini sama-sama memiliki dampak positif bagi penggunanya saat melakukan proses belanja *online* di aplikasi Shopee.

Sistem pembayaran tunai adalah kerangka di mana instrumen pembayaran melibatkan sejumlah uang tunai tertentu seperti uang berbentuk kertas maupun logam yang dilakukan oleh dua individu saat interaksi perdagangan, baik sebagai barang maupun jasa. Sistem pembayaran non tunai adalah sebuah sistem yang terdapat peraturan, kontrak, teknis dan fasilitas sebagai media perantara untuk proses penyampaian, pengesahan maupun instruksi pembayaran yang membantu kelancaran suatu pertukaran nilai antar perorangan maupun kelompok.

Perbedaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak di objek penelitian dan beberapa variabel yang digunakan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keamanan, kemudahan, kepuasan pelanggan, sistem pembayaran dan keputusan pembelian secara *online* di aplikasi Shopee. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “Pengaruh Faktor

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keamanan, Kemudahan, Kepuasan Pelanggan dan Sistem Pembayaran Terhadap Keputusan Belanja *Online* Di Shopee Saat *New Normal*”.

## LANDASAN TEORI

Dalam landasan teori ini terdapat bahasan mengenai Pemasaran, Belanja *Online*, Keputusan Belanja *Online*, Variabel Keamanan, Variabel Kemudahan, Variabel Kepuasan Pelanggan, dan Variabel Sistem Pembayaran.

### **Keamanan**

Seperti yang ditunjukkan oleh Budhi Rahardjo (2005) sudut pandang keamanan adalah cara kita dapat mencegah misrepresentasi (kecurangan) atau melakukan pembedaan pemerasan dalam kerangka berbasis data, di mana data aktual tidak memiliki kepentingan aktual (Cahyo, 2014).

### **Kemudahan**

(Wang et al., 2005) menunjukkan bahwa kemudahan merupakan salah satu efek pada keinginan pembeli untuk membeli barang atau jasa secara *online*. Belanja secara *online* dapat diakses oleh pembeli tanpa adanya batasan waktu dibandingkan dengan toko tradisional yang memiliki keterbatasan waktu.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kotler dan Armstrong (2015) memahami bahwa kepuasan adalah sejauh mana hasil yang tampak dari suatu produk atau jasa sesuai dengan asumsi pembeli. Dalam hal penyajian produk, jika asumsi konsumen tidak sesuai dengan ekspektasi, konsumen

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kecewa. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan merasa puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan merasa sangat puas atau senang.

## **Sistem Pembayaran**

Transaksi pembayaran *online* adalah metode pembayaran yang dilakukan menggunakan fasilitas internet. Cara ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan kita agar lebih mudah untuk dijalankan di mana pun kita berada. Dalam melakukan proses transaksi jual beli kita hanya dapat mengenal dua cara metode pembayaran yaitu tunai dan non tunai.

## **HIPOTESIS**

### **Pengaruh Faktor Keamanan terhadap Keputusan Belanja *Online* di Shopee saat *New Normal***

Sudut keamanan adalah salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh konsumen dalam mengelola pertukaran. Ananda (2009:17) menyatakan bahwa kesan keamanan dan klasifikasi adalah keyakinan tunggal bahwa penggunaan kerangka data dilindungi, perjudian kehilangan informasi atau data kecil dan perjudian pencurian rendah, dan hal-hal yang berhubungan dengan data *customer* sendiri ditakdirkan untuk dirahasiakan dan tidak ada pihak luar yang terlibat bisa mengetahuinya. Berdasarkan penilaian ini, dapat disimpulkan bahwa kesan aman merupakan salah satu pertimbangan bagi seseorang untuk memutuskan pilihan belanja *online*.

Menurut Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011), indikator keamanan adalah :

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

1. Jaminan keamanan
2. Kerahasiaan data

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H1 : Faktor keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*.

## **Pengaruh Faktor Kemudahan terhadap Keputusan Belanja *Online* di Shopee saat *New Normal***

Kemudahan yang didapat selama belanja secara *online* akan mempengaruhi perilaku belanja. Aplikasi belanja *online* yang berbeda memiliki tampilan yang kurang menarik atau tidak dapat memenuhi asumsi semua pembeli akan kenyamanan, yang mempengaruhi kekecewaan yang mungkin dirasakan pengguna aplikasi belanja *online*, sehingga mempengaruhi cara mereka berperilaku untuk melakukan pemesanan ulang.

Harahap (2018) dan Hardiyanto et al., (2020) menyimpulkan bahwa kemudahan merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku belanja secara *online*.

Indikator Kemudahan menurut Davis et al,(2012) dalam (Romla & Ratnawati, 2018) sebagai berikut :

1. Mudah dipelajari
2. Mudah digunakan
3. Mudah bertransaksi
4. Mudah mendapatkan apa yang diinginkan

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H2 : kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*.

## **Pengaruh Faktor Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Belanja *Online* di Shopee saat *New Normal***

Menurut Tjiptono (2017) kepuasan pelanggan membutuhkan penanda yang disengaja terhadap produk atau jasa dan perusahaan tertentu yang referensi indikator atau proporsi loyalitas konsumen antara lain seperti eksekusi dari sesuatu yang diberikan, diperoleh unsur-unsur yang lengkap dan terkirim, melihat kualitas yang tak tergoyahkan, detail yang cukup dan pas, tangguh Terlepas dari apakah masalahnya, administrasi memberi, merasakan, dan kualitas yang diantisipasi. Kepuasan pembeli terjadi dengan asumsi barang atau produk yang dibeli sesuai dengan permintaan pembeli dengan beberapa penanda yang dapat digunakan sebagai perkiraan, indikator yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

Menurut Irawan (2009) indikator kepuasan pelanggan adalah :

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Kualitas Pelayanan
4. Faktor Emosional
5. Kemudahan

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan sebagai berikut :



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H3 : kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*.

## **Pengaruh Faktor Sistem Pembayaran terhadap Keputusan Belanja *Online* di Shopee saat *New Normal***

Menurut BI, metode pembayaran terus berkembang dari tunai (cash) ke non tunai (non cash) seperti alat pembayaran kertas, misalnya, cek dan bilyet giro. Selain itu, ada juga alat pembayaran berbasis kartu, misalnya, kartu ATM, *Mastercard*, *Credit Card*, dan Visa. Menurut Budiharseno (2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pembayaran sangat berpengaruh terhadap mereka dalam melakukan pembayaran di aplikasi belanja *online*, terutama di situs halaman *G-Market* karena sangat menguntungkan bagi orang-orang yang memiliki jumlah *mobile banking* di *smartphone* untuk memiliki opsi untuk melunasi tagihan dengan mudah mereka.

Menurut Pohan (2016) indikator sistem pembayaran adalah

1. *Credit Card*
2. *Debit Card*
3. *Electronic Money*

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H4 : sistem pembayaran berpengaruh positif terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*.

**METHOD (12pt, bold)**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pemilihan sampel dalam penelitian ini memanfaatkan teknik *purposive sampling*. Dalam melakukan pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan masyarakat di Yogyakarta dengan kategori usia 15 sampai 50 tahun yang suka berbelanja secara *online* di aplikasi Shopee sebagai objek penelitian.

Rumus pengambilan sampel : :  $n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji hipotesis :

### 1. Pengaruh Faktor Keamanan (X1) terhadap Keputusan Belanja *Online* di Shopee saat *New Normal*

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 1 diterima, diperoleh nilai beta sebesar 0,267, bertanda positif menunjukkan berpengaruh. Nilai signifikansi variabel keamanan (X1) sebesar  $0,013 < 0,05$ , menunjukkan berpengaruh. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel keamanan (X1) berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal* (Y).

### 2. Faktor Kemudahan (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Belanja *Online* Di Shopee Saat *New Normal* (Y)

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 2 ditolak, diperoleh nilai beta sebesar 0,101, bertanda negatif menunjukkan tidak berpengaruh. Nilai signifikansi variabel kemudahan (X2) sebesar  $0,402 > 0,05$ , menunjukkan berpengaruh tidak signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal* (Y).

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

### **3. Faktor Kepuasan Pelanggan (X3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Belanja *Online* Di Shopee Saat *New Normal* (Y)**

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 3 ditolak, diperoleh nilai beta sebesar 0,214, bertanda positif berpengaruh tidak searah. Nilai signifikansi variabel kepuasan pelanggan (X3) sebesar  $0,083 > 0,05$ , menunjukkan berpengaruh tidak signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal* (Y).

### **4. Faktor Sistem Pembayaran (X4) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Belanja *Online* Di Shopee Saat *New Normal* (Y)**

Hasil olah data menunjukkan hipotesis 4 ditolak, diperoleh nilai beta sebesar 0,119, bertanda positif berpengaruh tidak searah. Nilai signifikansi variabel sistem pembayaran (X4) sebesar  $0,182 > 0,05$ , menunjukkan berpengaruh tidak signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran (X4) tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal* (Y).

Pembahasan

#### **1. Pengaruh Faktor Keamanan terhadap Keputusan Belanja *Online* di Shopee saat *New Normal***

Faktor Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya. Menurut Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011), keamanan adalah dimana konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi *online*. Hal

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

tersebut menunjukkan bahwa faktor keamanan menjadi salah satu hal penting dalam melakukan proses berbelanja secara *online*. Mereka beranggapan bahwa jika transaksi yang sedang dilakukan berjalan dengan lancar, maka mereka tidak akan merasa khawatir akan proses transaksi belanja *online* terlebih lagi pada masa *new normal* ini. Masyarakat ingin melakukan transaksi belanja *online* sama seperti pada saat keadaan sebelum pandemi covid. Tidak terjadi kebocoran data, kerahasiaan data terlindungi menjadi hal yang membuat konsumen yakin dalam melakukan transaksi belanja *online* di Shopee. Konsumen yakin aplikasi shopee merupakan *marketplace* terpercaya dalam melakukan proses belanja *online* terlebih lagi pada masa *new normal* saat ini.

## **2. Faktor Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Belanja Online Di Shopee Saat New Normal**

Faktor kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya. Menurut Sudjarmika (2017) mengatakan bahwa faktor kemudahan adalah tingkatan seseorang dalam memanfaatkan media online secara efektif dan tidak membutuhkan banyak tenaga.

Pada era *new normal* ini banyak masyarakat yang mulai beralih ke belanja *online*. Faktor tersebut dipicu karena terbatasnya belanja secara langsung akibat dari aturan yang diberlakukan. Oleh sebab itu masyarakat beralih ke belanja *online* karena merasa bahwa belanja *online* itu mudah. Akan tetapi tidak semua masyarakat dapat melakukan transaksi belanja *online* dengan mudah. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kemudahan yang dirasakan setiap orang berbeda-beda

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dalam melakukan transaksi belanja *online*. Dalam belanja *online* dikatakan mudah jika orang tersebut sering berbelanja *online* dan wawasan terhadap berbelanja secara *online* sudah banyak. Jika orang tersebut memiliki informasi yang minim dan jarang melakukan proses belanja secara *online*, maka orang tersebut akan merasa bahwa proses belanja *online* itu rumit.

Selain faktor pengalaman transaksi belanja online dan wawasan dalam proses belanja online yang banyak, tingkat kemudahan yang rendah dipicu oleh kurangnya pemahaman akan perkembangan teknologi seperti *smartphone*. Masih banyak masyarakat Yogyakarta yang belum memahami dalam penggunaan *smartphone*. Oleh sebab itu masyarakat Yogyakarta merasa dalam melakukan transaksi belanja *online* di *smartphone* merasa kesulitan. Rendahnya tingkat kemudahan yang dirasakan oleh konsumen pada saat berbelanja online juga disebabkan oleh *seller* di Shopee. Pada saat ingin mencari informasi atau ingin membeli produk di aplikasi shopee, sebagian *seller* tidak memberikan layanan yang maksimal kepada konsumen sehingga konsumen merasa bahwa berbelanja secara online itu sulit. Maka dapat disimpulkan dari berbagai faktor pemicu tersebut, konsumen akan berpikir ulang dalam memutuskan belanja di Shopee, dengan kata lain faktor kemudahan tidak berpengaruh dalam keputusan belanja *online* di Shopee.

### **3. Faktor Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Belanja Online Di Shopee Saat New Normal**

Faktor Kepuasan Pelanggan tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebelumnya. Kotler (2009) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kepuasan belanja yang orang tersebut rasakan sesuai dengan keinginannya.

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan setiap orang berbeda-beda pada saat melakukan proses belanja *online*. Tingkat kepuasan tinggi jika orang tersebut mendapatkan keinginannya sesuai dengan apa yang orang itu harapkan seperti produk yang dibeli sesuai, harga yang ditawarkan sesuai, proses pengiriman barang tepat waktu walaupun proses belanja yang dilakukan secara *online*. Hal itu berbanding terbalik jika tingkat kepuasannya rendah. Tingkat kepuasan rendah dipicu dari kekecewaan yang dirasakan oleh seseorang yang diakibatkan dari keinginan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh orang tersebut seperti produk tidak sesuai harapan, pengiriman barang lama, harga yang dikeluarkan tidak sesuai dengan produk yang dibeli, pengupdatean sistem di aplikasi Shopee yang tidak mengalami perubahan. Berdasarkan hal tersebut, kepuasan konsumen yang rendah terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi shopee membuat konsumen akan berpikir ulang untuk berbelanja di aplikasi Shopee dan bisa saja konsumen memutuskan untuk berpindah ke marketplace yang berbeda jika layanan yang diberikan oleh Shopee tidak mengalami perubahan, dengan kata lain faktor kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dalam memutuskan keputusan belanja *online* di Shopee.

#### **4. Faktor Sistem Pembayaran tidak berpengaruh terhadap Keputusan Belanja Online Di Shopee Saat New Normal**

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sistem pembayaran tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Hal itu berbanding terbalik dengan apa yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Menurut Pohan (2011) menyatakan bahwa sistem pembayaran dibuat untuk melakukan apa yang menjadi kebutuhan seseorang dalam melakukan pembayaran. Dengan cara ini, diperlukan pengaturan sistem pembayaran yang baik agar mudah melakukan proses pembayaran.

Pada era *new normal* ini, jumlah pengguna aplikasi belanja *online* semakin meningkat karena efek dari pandemi. Banyak yang menganggap bahwa pada saat melakukan transaksi belanja *online*, proses pembayaran yang akan dilakukan tidak membuat penggunanya merasa kesulitan. Akan tetapi hanya sebagian konsumen merasakan hal yang demikian. Dalam melakukan proses pembayaran ada 2 metode pembayaran yang dapat dilakukan yaitu dengan sistem tunai dan non tunai. Dalam sistem tunai, aplikasi Shopee membuat sistem COD (*Cash On Delivery*). Sistem ini dibuat oleh Shopee agar konsumen dapat melakukan proses transaksi menjadi lancar. Akan tetapi hanya sebagian yang merasakan bahwa sistem COD memuaskan, sebagian konsumen lagi tidak merasa puas akan sistem ini. Pada saat melakukan proses belanja online menggunakan sistem ini, biasanya barang yang dibeli akan lama di proses selain itu juga pada masa *new normal* ini masih sangat ragu menggunakan sistem ini karena dapat menyebarkan penyakit pada saat menyelesaikan proses transaksi. Oleh sebab itu, konsumen pasti akan berpikir ulang untuk memutuskan berbelanja di Shopee menggunakan metode pembayaran ini. Hal serupa juga terjadi pada saat menggunakan metode pembayaran secara non tunai dalam menyelesaikan proses belanja online. Permasalahan yang sering terjadi

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

saat menggunakan metode pembayaran ini yang dirasakan oleh konsumen adalah lokasi pedesaan atau tempat terpencil. Lokasi seperti ATM, Indomaret, Alfamart sangat jauh dari lokasi tempat tinggal konsumen. Selain itu, waktu penyelesaian transaksi yang ada di Shopee memiliki batas waktu. Hal tersebut membuat konsumen yang berada di daerah pedesaan atau daerah terpencil merasa kesulitan, walaupun sebagian konsumen dapat melakukannya, terkadang masih mengalami kesulitan juga seperti masalah gangguan jaringan. Hal tersebut membuat konsumen akan berpikir dua kali dalam menyelesaikan proses belanja online di Shopee. Dapat disimpulkan dari kedua hal tersebut sistem pembayaran yang disukai oleh konsumen berbeda-beda untuk memutuskan belanja di Shopee, dengan kata lain faktor sistem pembayaran tidak berpengaruh dalam keputusan belanja *online* di Shopee.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menyimpulkan :

1. Faktor keamanan berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Dalam melakukan transaksi belanja *online*, faktor keamanan berbelanja menjadi salah satu hal utama untuk diperhatikan agar proses belanja berjalan dengan baik. Maka dari itu setiap pengguna harus memastikan dengan jelas aspek keamanan yang ada di setiap aplikasi belanja *online*.
2. Faktor kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Mudahnya berbelanja secara *online* menjadi prioritas



# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bagi penggunanya karena hal tersebut membuat para pengguna tidak merasa kesudahan pada saat melakukan proses belanja *online*.

3. Faktor kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Kepuasan setiap orang berbeda-beda. Hal tersebut menunjukkan setiap karakter penggunanya tidak dapat disamakan dalam aspek dasar kepuasan berbelanja *online*.
4. Faktor sistem pembayaran tidak berpengaruh terhadap keputusan belanja *online* di shopee saat *new normal*. Dalam menyelesaikan proses transaksi, sistem pembayaran yang digunakan setiap orang berbeda-beda. Hal itu menunjukkan bahwa setiap pengguna memiliki keinginan tersendiri dalam menyelesaikan proses transaksi yang dilakukan.

# PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## REFERENSI

- Alamsyah, Ramli Akbar. 2016. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Ulang Di Toko Online." *Manajemen Bisnis* 6 (2): 158–64. <https://doi.org/10.22219/jmb.v6i2.5542>.
- Ardyanto, Denni, Riyadi Riyadi, and Heru Susilo. 2015. "Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 22 (1): 1–8.
- Nurfaedah, Nurfaedah, Andi Rustam, and Syamsul Bahri. 2022. "Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Pembelian Melalui Store Online." *Jurnal Sosial Sains* 2 (1): 111–25. <https://doi.org/10.36418/sosains.v2i1.317>.
- Prilano, Kelvin, Andriasan Sudarso, and Fajrillah. 2020. "Pengaruh Harga , Keamanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada." *Jbe* 1 (1): 1–10.
- Puanda, Firman, and Rose Rahmidani. 2021. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17 (2): 114. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i2.4318>.
- Sandora, Meri. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online." *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review* 11 (3): 290–310. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.288>.