

ABSTRAK

PENGARUH FITUR *SHOPEE PAYLATER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PENGGUNA DI BANDARLAMPUNG

Oleh

Febrina Sari

Kepuasan berarti terpenuhinya semua kebutuhan khalayak pengguna media massa berdasarkan motif dan tujuannya. Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh fitur *Shopee Paylater* terhadap kepuasan pengguna pada Masyarakat Bandarlampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian *survey*. Penelitian *survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Metode penelitian ini yaitu metode *survey*. Kajian pustaka pada penelitian ini diantaranya teori TAM, *e-commerce*, keputusan pembelian, dan *usses and effect*. Variabel dalam penelitian ini Pengaruh *shopee paylater* (X), Keputusan pembelian (Z), dan Terhadap kepuasan pengguna (Y). Populasi penelitian ini adalah masyarakat Bandarlampung. Teknik *random sampling* sebagai teknik pengambilan sampel sehingga dibutuhkan 100 responden.berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan : (1) Koefisien Regresi 0,328 memiliki makna bahwa setiap ada Keputusan Pembelian, maka akan meningkatkan respon dari Masyarakat Bandarlampung. (2) Nilai Konstanta (a) sebesar 2,258 menunjukkan jika variabel Keputusan Pembelian dianggap konstan atau sama dengan 0, maka nilai variabel Keputusan Pembelian sebesar 2,258. (3) nilai *person correlation* sehingga nilai R Square adalah 0,215. Nilai ini memiliki arti bahwa pengaruh variable X terhadap variable Z adalah 21,5%, sedangkan sisa pengaruhnya yaitu $100\% - 21,5\% = 78,5\%$ dipengaruhi oleh *variable* lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci: Pengaruh, *Uses and effect*, keputusan pembelian,dan kepuasan pengguna.

ABSTRACT

THE EFFECT OF SHOPEE PAYLATER FEATURES ON PURCHASING DECISIONS ON USER SATISFACTION IN BANDARLAMPUNG

By

Febrina Sari

Satisfaction means fulfilling all the needs of the audience of mass media users based on their motives and goals. The use of media is just one way to fulfill human needs. The purpose of this study is to find out and analyze whether or not the influence of the Shopee Paylater feature has on user satisfaction in the Bandarlampung community. This study uses a quantitative approach. The type of research used in this research is survey research. Survey research is research that takes a sample from a population and uses a questionnaire as the main data collection tool. This research method is a survey method. The literature review in this study includes TAM theory, e-commerce, purchase decisions, and uses and effects. The variables in this study are the influence of the shopee paylater (X), purchasing decisions (Z), and on user satisfaction (Y). The population of this research is the people of Bandarlampung. The random sampling technique is a sampling technique so that 100 respondents are needed. Based on the results of this study it was found: (1) The regression coefficient of 0.328 means that every time there is a purchasing decision, it will increase the response from the Bandarlampung community. (2) The constant value (a) of 2.258 indicates that if the Purchasing Decision variable is considered constant or equal to 0, then the Purchasing Decision variable value is 2.258. (3) the value of personal correlation so that the value of R Square is 0.215. This value means that the effect of variable X on variable Z is 21.5%, while the remaining effect is $100\% - 21.5\% = 78.5\%$ influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Influence, Uses and effect, purchase decision, and user satisfaction.