

Pengaruh Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Keputusan Pembelian

Niken Ayu Anggraini¹, Galih Pradananta²

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia¹

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia²

E-mail: niken27ayu@gmail.com¹

Abstract: *The purpose of this study is to find out about what and how paylater can influence users to use the paylater system and also the advantages and disadvantages of using the paylater feature and examine how the paylater feature is in the view of Islamic Economics". This research uses quantitative methods. This approach can be seen as a positivist-based research method that is used to conduct research on certain populations or samples. The data source for this research was collected through questionnaires distributed to 100 respondents of Sharia Business Management students of UIN Sayyid Ali Rahmatullah who are still active as paylater users. This study shows the results of the f test hypothesis testing, namely the paylater payment system (X) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) with a magnitude of influence of 31.9%. Thus the paylater payment system with its indicators greatly influences a purchasing decision.*

Keywords: *Paylater, Purchasing Decision, Islamic perspective*

Abstrak: *Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang apa saja dan bagaimana paylater dapat mempengaruhi pengguna untuk menggunakan sistem paylater dan juga keuntungan dan kerugian penggunaan fitur paylater serta mengkaji tentang bagaimana fitur paylater dalam Pandangan Ekonomi Islam". Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan ini dapat dilihat sebagai metode penelitian berbasis positivis yang dimanfaatkan guna melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Sumber data penelitian ini dikumpulkan melalui kuisioner yang dibagikan kepada 100 responden mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah yang masih aktif sebagai pengguna paylater. Penelitian ini menunjukkan hasil uji f pengujian hipotesis yaitu sistem pembayaran paylater (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan besar pengaruh yaitu 31,9%. Dengan demikian sistem pembayaran paylater dengan indikator-indikatornya sangat memengaruhi sebuah keputusan pembelian.*

Kata Kunci: *Paylater; Keputusan Pembelian, Prespektif Islam*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi dan internet di Indonesia menjadi salah satu alasan lahirnya sistem pembayaran digital baru. Dalam bidang ekonomi, semua kegiatan ekonomi bisa dilakukan melalui akses internet dengan mudah salah satu contohnya yaitu banyak toko yang membuka tokonya secara *online* atau yang disebut *onlineshop*. Peningkatan berbelanja *online* dari tahun sebelumnya di Indonesia menjadi cerminan perilaku konsumen saat ini. *E-commerce* dan *online travel agent* berkembang mempengaruhi pola perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk dari *offline* menjadi *online*. Berdasarkan sumber data Jakpat *E-commerce* 2021 terjadi peningkatan drastis hingga 49% dengan total nilai mencapai \$30,31 Miliar, sejak vaksin telah diresmikan di Indonesia *e-commerce* semakin kuat dan bangkit. Keberadaan toko *online* adalah gebrakan baru yang dapat menggeser posisi toko *offline* dimana konsumen merasakan kemudahan berbelanja *online*. Akses toko *online* semakin mudah dijangkau dengan bermoda smartphone dan paket data pengguna (Anam Miftakhul Huda, 2021).

Belanja *online* merupakan aktivitas antara konsumen dan penjual dalam transaksi jual beli melalui media internet salah satunya dari *e-commerce*. Perilaku pembelian *online* adalah proses membeli produk atau jasa melalui media internet. Sebagian besar *e-commerce* di Indonesia memiliki sistem pembayaran *paylater*. Konsep utama dari fitur pembayaran kekinian ini adalah 'Beli sekarang bayar nanti'. Fitur *paylater* sangat populer karena kemajuan teknologi sistem pembayaran di e-commerce raksasa seperti Tokopedia, Shopee, Traveloka, Bukalapak, Kredivo, Akulaku, Gojek dll.

yang dapat mendukung masyarakat untuk turut mencoba dan merasakan manfaat dari fitur *paylater* (Harahap, 2018).

Pada era sekarang banyak dari penduduk Indonesia yang menggunakan fitur *paylater* untuk melakukan transaksi pembelian. Fitur PayLater sebenarnya dapat menjadi opsi yang lebih mudah dan nyaman bagi masyarakat dalam mengakses kredit tanpa kartu. Sebab, proses pengajuan kartu kredit di bank umumnya harus melewati beberapa tahap yang tidak singkat. Pemahaman fitur PayLater dengan baik sangat dibutuhkan agar pengguna terhindar dari jeratan utang maupun cicilan yang melilit. Banyaknya pihak yang terlibat, termasuk perbankan, dalam pengembangan fitur ini juga dapat menambah pilihan yang menguntungkan bagi pengguna. "Jika digunakan dengan hati-hati, tentunya fitur pembayaran ini mampu mendorong peningkatan inklusi keuangan Indonesia (Iin Emy Prastiwi, 2021). Adapun beberapa indikator yang membedakan *paylater* dengan sistem kredit antara lain: (1) kerjasama dengan banyak toko, (2) suku bunga yang rendah, (3) pengajuan cepat, (4) banyak promo dan *cashback*, (5) syarat pengajuan mudah, (6) tenor angsuran lama

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan serta menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penerapan kegiatan (Swastha, 2005). Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Keputusan membeli merupakan salah satu komponen utama dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian konsumen merupakan tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang dan jasa (Charles Lamb, 2001). Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian (Swastha, 2005). Adapun indikator yang ada pada keputusan pembelian yaitu menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut: (1) kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, (2) memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, (3) membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, (4) membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

Selanjutnya dijelaskan pemecahan masalah merupakan suatu aliran timbal balik yang berkesinambungan diantara faktor lingkungan, proses kognitif dan afektif serta tindakan perilaku. Pada tahap pertama merupakan pemahaman adanya masalah. Selanjutnya terjadi evaluasi terhadap alternatif yang ada dan tindakan yang paling sesuai dipilih. Pada tahap selanjutnya, pembelian dinyatakan dalam tindakan yang pada akhirnya barang yang telah dipilih atau ditunjuk akan digunakan dan konsumen akan melakukan evaluasi ulang mengenai keputusan yang telah diambilnya (Teuhayo, 2018).

Ekonomi syariah sebagai salah satu sistem ekonomi yang eksis di dunia, untuk hal-hal tertentu tidak berbeda dengan sistem ekonomi mainstream, seperti kapitalisme. Mengejar keuntungan sebagaimana dominan dalam sistem ekonomi kapitalisme, juga sangat dianjurkan dalam ekonomi syariah. Namun, dalam banyak hal terkait dengan keuangan, Islam memiliki beberapa prinsip yang membedakannya dengan sistem ekonomi lain: ketauhidan, keadilan, maslahat, dan tolong-menolong (A Muh Syaifuddin, 2022). Seiring menjamurnya fitur *payLater*, mungkin seringkali ada pertanyaan tentang bagaimanakah pandangan Ekonomi Islam mengenai jual beli di suatu *e-commerce*, dimana konsumen (pembeli) dibebaskan mengambil barang apapun yang dia inginkan, kemudian dilaporkan setiap pengambilan kepada penjual, lalu tagihannya disampaikan di waktu yang telah disepakati sesuai total barang yang diambil (Iin Emy Prastiwi, 2021).

Ekonomi Islam membolehkan jual beli kredit, asalkan tidak ada unsur kezaliman (riba), kecuali transaksinya dipaksakan. Harga produk yang dibeli secara kredit berbeda dari jumlah yang dibayarkan secara tunai atau selama masa tenggang. Ini disebut sebagai *bai'bitsamin'ajil* atau *bai'al-inah*. Pada umumnya para pihak sepakat untuk menyelesaikan barang-barang tersebut pada dengan harga telah ditentukan dan Selama periode pembayaran (pelunasan) yang sudah disepakati. Meskipun pembayaran dilakukan kemudian, harga harus disepakati di awal transaksi untuk mencegah unsur riba (Ilham, 2019).

Berdasarkan pembahasan tersebut, disini peneliti akan mengkaji tentang fitur *paylater* yang mempengaruhi sebuah keputusan untuk membeli sebuah produk dengan menggunakan sistem *paylater*. Oleh karena itu peneliti menulis judul tentang "Pengaruh Sistem Pembayaran *Paylater* Terhadap Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang apa saja dan bagaimana *paylater* dapat mempengaruhi pengguna untuk menggunakan sistem *paylater* dan juga keuntungan dan kerugian penggunaan fitur *paylater* serta

mengkaji tentang bagaimana fitur *paylater* dalam Pandangan Ekonomi Islam”. Serta memberi wawasan kepada pembaca tentang pengetahuan pengaruh *paylater* terhadap keputusan pembelian dalam perspektif Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pendekatan ini dapat dilihat sebagai metode penelitian dimanfaatkan guna melakukan penelitian pada populasi atau sampel tertentu. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif hubungan kasual, yang merupakan hubungan pengaruh atau sebab akibat di mana variabel yang satu mempengaruhi variabel yang lain begitu pula sebaliknya (Kusumastuti, Khoirun, dan Achmadi, 2020). Populasi dapat diartikan dengan suatu objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dalam wilayah generalisasi yang ditentukan untuk dianalisis kemudian diambil kesimpulannya. Oleh sebab itu, populasi bukan hanya mencakup orang tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2013). Jumlah populasi bersifat *infinite* atau tidak dapat diketahui jumlahnya. Sampel adalah bagian dari populasi. Karakteristik penelitian identik atau hampir sama dengan karakteristik populasi sehingga sampel yang dipergunakan bisa mewakili populasi yang akan diamati (Hatmawaan, 2020). Dikarenakan populasi bersifat *infinite* sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 responden pengguna aktif *paylater* oleh mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah dengan teknik pengambilan *quota sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear sederhana, dikarenakan variabel yang diteliti oleh penelitian ini ada dua macam yaitu sistem pembayaran *paylater* sebagai variabel bebas (X) dan keutusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Data Primer merupakan informasi yang dikumpulkan oleh peneliti yang diperoleh langsung dari sumber aslinya baik melalui kuisisioner, survei, wawancara, dan observasi yang dilakukan peneliti. Sumber data penelitian ini dikumpulkan melalui kuisisioner. Data Sekunder merupakan data yang sudah ada yang disusun berdasarkan pengaturan tertentu untuk memudahkan pencarian. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagi sumber seperti publikasi ilmiah, basis data, dan sumber sumber media. Dalam penelitian ini dilakukan beberapa teknik analisis data yaitu: Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji f (Simultan).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan/ pernyataan. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut (Dharma, 2021)

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan invalid atau tidak valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Paylater (X)	X.1	0,466	0,195	Valid
	X.2	0,686		Valid
	X.3	0,588		Valid
	X.4	0,632		Valid
	X.5	0,464		Valid
	X.6	0,458		Valid
	X.7	0,578		Valid
	X.8	0,558		Valid
	X.9	0,631		Valid
	X.10	0,604		Valid
	X.11	0,518		Valid
	X.12	0,528		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,758	0,195	Valid
	Y.2	0,764		Valid
	Y.3	0,487		Valid
	Y.4	0,675		Valid
	Y.5	0,717		Valid

	Y.6	0,706		Valid
	Y.7	0,623		Valid
	Y.8	0,613		Valid

Sumber; Data diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 1 di atas, dapat disimpulkan bahwasanya hubungan antara masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang valid. Hal itu dikarenakan r hitung $>$ r tabel. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Uji reabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's Alpha dengan tingkat/ taraf signifikansi bisa 0,5, 0,6 hingga 0,7 tergantung keseluruhan penelitian. Peneliti menggunakan tingkat signifikansi 0,6. Kriteria pengujian sebagai berikut: (Dharma, 2021).

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6, maka instrumen dikatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ 0,6, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Paylater	0,793	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,816	0,6	Reliabel

Sumber; Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dinyatakan reliabel dikarenakan semua variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha diatas 0.6.

Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residual nya. (Dharma, 2021)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Exact Sig. (2-tailed)	0,170
Point Probability	0,000

Sumber; Data diolah, 2023

Berkesimpulan data tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau prasyarat normalitas dalam model regresi tidak terpenuhi. Selanjutnya, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan exact, peneliti memperoleh nilai signifikansi pada Exact. Sig (2-tailed) sebesar $0,170 > 0,05$. Maka dengan menggunakan pendekatan Exact bahwa data menjadi berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Duli, 2019).

Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$, kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji White

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	0,319	0,305
			14,80469

Sumber; Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel:

$$\begin{aligned} X^2 \text{ hitung} &= n \times R \\ &= 100 \times 0,319 \\ &= 31,9 \end{aligned}$$

X^2 tabel

$$\begin{aligned} Df &= n - k \\ &= 100 - 1 \\ &= 99 \\ &= 123,225221 \end{aligned}$$

Nilai X^2 hitung (31,9) $<$ X^2 tabel (123,225221), dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji f (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Zein, 2022). Kriteria pengujian:

1. H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$
2. H_1 ditolak jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

Tabel 5. Hasil Uji f (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	759,994	1	759,994	97,134	.000 ^b
Residual	766,766	98	7,824		
Total	1526,760	99			

Sumber; Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel uji 5 diatas, diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $97,134 > F \text{ tabel } 3,937$ sehingga dapat disimpulkan uji F diterima yang berarti terdapat pengaruh X secara simultan terhadap Y. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Regresi R^2

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.564	0,319	0,305	14,80469

Sumber; Data diolah, 2023

Tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) nya adalah sebesar 0,546 . Dari output di atas diperoleh koefisiensi determinasi (R Square) sebesar 0,319 yang mana hal tersebut dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas (*paylater*) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) yaitu sebesar 31,9%.

PEMBAHASAN

Pengaruh penggunaan sistem *paylater* terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian di atas yang sudah dilakukan peneliti terhadap mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, menunjukkan hasil uji f pengujian hipotesis yaitu sistem pembayaran *paylater* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun koefisiensi determinasi dari pengaruh *paylater* terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 31,9%, yang berarti bahwa setiap indikator yang dimiliki *paylater* dapat mempengaruhi dalam melakukan suatu keputusan pembelian para pengguna di platform *e-commerce*. Dengan demikian sistem pembayaran *paylater* dengan indikator-indikatornya memengaruhi sebuah keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan maraknya pengguna *paylater* dari berbagai *e-commerce*.

Hasil dari tanggapan dari 100 responden yang memiliki nilai paling tinggi yaitu ada dipernyataan "menurut saya sistem *paylater* ada di berbagai *e-commerce* yang paling banyak disukai seperti Shopee, Gojek, Ovo, dll." sehingga dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna *paylater* terutama mahasiswa yang menggunakan fitur pembayaran *paylater* karena fitur tersebut dikeluarkan di banyak *e-commerce* yang paling diminati sehingga para pengguna *e-commerce* memutuskan untuk menggunakan fitur *paylater*. Hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *paylater* terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fanny Anggraeny Putri, 2020) (Lestari, 2018) (Anggraini, 2016).

Penelitian ini mendukung kerangka teoritis keputusan pembelian bahwa variabel pembayaran *paylater* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepercayaan dan kemudahan dalam bertransaksi. Dari hal tersebut keamanan pengguna transaksi perlu diperhatikan agar membangun *image* positif perusahaan sehingga mendapat kepercayaan dari para pengguna untuk mengambil keputusan pembelian di sistem *paylater*. Kemudian membuat aplikasi juga disarankan untuk meningkatkan kualitas sistem pembayaran *paylater* agar pengguna *paylater* menggunakan sistem *paylater* dengan mudah dan melakukan transaksi secara berulang.

Dalam hal prespektif islam sebenarnya jual beli menggunakan metode pembayaran *paylater* sudah diperbincangkan terlebih lagi pada akad jual beli bahkan banyak persepsi tentang pro dan kontra dari sistem pembayaran *paylater* ini. Dalam pendapat ulama yang kontra dengan hal ini menyatakan bahwa sistem pembayaran *paylater* termasuk dalam riba yang berarti haram, akan tetapi beberapa pendapat menyatakan bahwa sistem pembayaran *paylater* ini termasuk dalam akad *qardh* yaitu Adapun *qardh* secara terminologis adalah memberikan harta kepada orang yang akan memanfaatkannya dan mengembalikan gantinya dikemudian hari (Khairi, 2004). Salah satu dasar disyariatkannya *qardh* adalah firman Allah SWT, dalam Surah Al-Baqarah ayat 245:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقرضُ اللهَ قرضًا حسنًا فيضاعفه له أضعافًا كثيرة ۗ والله يقبض و يبسط ۗ واليه ترجعون

Terjemahnya: Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), Maka Allah akan melipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan (Thahir, 2010). Sehingga dapat dikatakan bahwa sistem pembayaran *paylater* ini tidak dianjurkan oleh syariat islam dikarenakan tidak memenuhi persyaratan dan ketentuan akad *qardh* yang sudah ditentukan oleh Fatwa SDN-MUI.

KESIMPULAN

Dari hasil pemaparan dari analisis data yang sudah peneliti lakukan terhadap 100 responden mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah yang aktif menggunakan sistem pembayaran *paylater* di berbagai *e-commerce*, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan bahwasannya sistem pembayaran *paylater* mempunyai pengaruh positif pada keputusan pembelian. Indikator-indikator yang dimiliki sistem pembayaran *paylater* dapat mempengaruhi sebuah keputusan pembelian pada pengguna.

Dalam prespektif ekonomi syariah sistem pembayaran *paylater* ini sangat tidak disarankan dikarenakan memicu perbuatan riba yaitu penetapan bunga yang lebih dari jumlah pinjaman yang mana hal tersebut adalah hal yang dilarang oleh syariat islam yang dapat menguntungkan pihak pemberi pinjaman dan merugikan pihak peminjam.

SARAN

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi penambah wawasan bagi pembaca tentang penggunaan *paylater* dan bagaimana pandangan Islam terhadap fitur *paylater*. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat dijadikan rujukan oleh para peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan variabel-variabel yang lebih bervariasi agar mendukung dalam kegiatan penelitian yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- A Muh Syaifuddin, R. H. (2022). Prespektif Ekonomi Islam Terhadap Transaksi Shopee Paylater. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics Vol. 4 No. 2*, 112.
- Anam Miftakhul Huda, R. E. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa di Surabaya. *Commercium. Vol. 4 No. 2*, 1932.
- Anggraini, M. (2016). The Effect Of Trust And Information Quality To Online Purchase Decision On The Site www.traveloka.com Penia. *E-Proceeding of Management*, 1880-1887.
- Annur, C. M. (2022, Juni 3). *Katadata Media Network*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/paylater-kian-populer-mayoritas-konsumen-sudah-gunakan-paylater-lebih-dari-setahun>
- Charles Lamb, W. (2001). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dharma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Jakarta: Guepedia.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fanny Anggraeny Putri, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 8, No. 3*, 825.
- Harahap, D. A. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol. 9, No. 2*, 193-210.
- Hatmawaan, A. R. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Iin Emy Prastiwi, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 7 No. 1*, 425-432.
- Ilham, H. S. (2019). Prespektif Ekonomi Islam Terhadap Jual Beli Secara Kredit. *Journal Of Institution and Sharia Finance Vol.2 No. 1*, 8.
- Khairi, M. (2004). Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Madzhab. *Maktabah Al-Hanif*.
- Khisom, M. (2019). Akad Jual Beli Online Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif. *Jurnal Turatsuna Vol. 21 No. 1*, 63.
- Kusumastuti, K. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

- Lestari, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1-8.
- Prasetia. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. Medan: UMSU Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, B. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Teuhayo, E. (2018). Analisis proses Pengambilan Keputusan Konsumen pada Perilaku Pembelian Produk Yamaha Mios di Kota Ambon. *Jurnal SOSOQ Vol.6 No.2*, 28-29.
- Thahir, M. S. (2010). Mushaf Aisyah Al-Qur'an dan Terjemah. *Jabal Rudhotul Jannah*.
- Wafa, A. K. (2020). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap ShopeePAY Later. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 4, No.1*, 17-29.
- Zein, S. (2022). *Path Analysis Faktor Dominan Penentu Rasa Percaya Diri Terori dan Riset*. Malang: CV. Lestari Nusantara Abadi.