

Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Menggunakan Paylater oleh Generasi Z

Rivaldo Adam Gustiarto¹, Adipura Danang Maulana²

^{1,2}Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan

rivaldoadam4@gmail.com¹, adipura.danang@sttkd.ac.id²

ABSTRACT

Using the Generation Z Paylater feature in the Special Region of Yogyakarta, this study investigates the influence of perceived benefits and perceived risks on airplane ticket purchase decisions. The rapid growth of digital technology and e-commerce, especially in technology-based financial services (financial technology), is driving consumer behavior to become more practical, including buying airline tickets. Young people, especially Gen Z, are starting to use paylater, which allows customers to pay as they buy and pay at a later date. The research method used is a quantitative method with a survey method through distributing questionnaires to 100 respondents who are Generation Z students who live or study in the Special Region of Yogyakarta. The sampling technique used purposive sampling. The data obtained were analyzed using validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, and hypothesis testing (t test and F test) with the help of SPSS software. The results showed that perceived benefits have a positive and significant effect on the decision to purchase airplane tickets using Paylater. Perceptions of risk also show a positive and significant influence, although in some indicators such as psychological and social risks, the influence is less dominant than financial and performance risks. Simultaneously, the two independent variables, namely perceived benefits and perceived risks, have a significant effect on purchasing decisions. The coefficient of determination (R^2) of 0.520 indicates that 52% of the variation in purchasing decisions can be explained by these two variables, while the rest is influenced by other factors outside the research model.

Keywords : Perceived Benefits, Perceived Risks, Purchase Decisions, Paylater, Airline Tickets.

ABSTRAK

Dengan menggunakan fitur Paylater Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta, penelitian ini menyelidiki pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian tiket pesawat. Penumbuhan pesat teknologi digital dan *e-commerce*, khususnya dalam layanan keuangan berbasis teknologi (*financial technology*), mendorong perilaku konsumen menjadi lebih praktis, termasuk membeli tiket pesawat. Kalangan muda, terutama Gen Z, mulai menggunakan paylater, yang memungkinkan pelanggan membayar saat mereka membeli dan membayar di kemudian hari. Metode penelitian yang dipakai yaitu metode kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan mahasiswa Generasi Z yang berdomisili atau menempuh pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji F) dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat menggunakan Paylater. Persepsi risiko juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, meskipun dalam beberapa indikator seperti risiko psikologis dan sosial, pengaruhnya tidak terlalu dominan dibandingkan risiko finansial dan kinerja. Secara simultan, kedua variabel bebas yaitu persepsi manfaat dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,520 mengindikasikan bahwa 52% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian, Paylater, Tiket Pesawat.

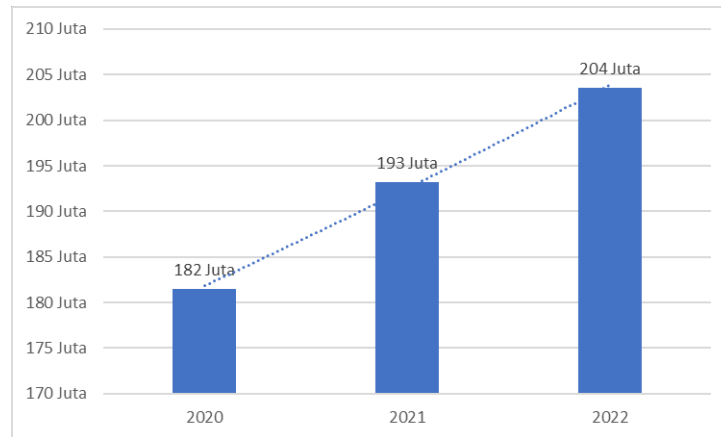
PENDAHULUAN

Dunia telah memasuki era modern atau biasa disebut globalisasi dimana semua hal serba cepat dan digital. Hal ini membawa banyak perubahan bagi dunia, tak terkecuali Indonesia. Di era manusia dituntut untuk menjadi individu yang tanggap dan actual terhadap semua perkembangan yang ada. Perkembangan teknologi komunikasi, ekonomi, politik, hukum, sosial, dan budaya tidak bisa ditolak dan akan terus menerus mempengaruhi manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Generasi Z merupakan salah satu kalangan masyarakat yang terkena dampak dari perkembangan teknologi. Generasi Z lahir pada tahun 1999 – 2000an dimana perkembangan interkoneksi yang cukup tinggi (Firamadhina & Krisnani, 2021).

Persepsi manfaat dalam penggunaan *paylater* untuk pembelian tiket pesawat dapat dianalisis melalui dua indikator utama: utilitas dan efektivitas. Utilitas merujuk pada nilai tambah yang diberikan oleh *paylater*, seperti kemudahan akses dan fleksibilitas pembayaran, yang memungkinkan pengguna merencanakan perjalanan tanpa harus membayar seluruh biaya tiket di muka. Fitur menarik seperti cicilan tanpa bunga juga meningkatkan daya tarik metode ini. Sementara itu, efektivitas berkaitan dengan sejauh mana *paylater* membantu pengguna mencapai tujuan keuangan dan perjalanan mereka; pengguna yang memanfaatkan *paylater* secara efektif dapat menikmati pengalaman bepergian tanpa beban finansial yang berat.

Persepsi Risiko dalam penggunaan *paylater* untuk pembelian tiket pesawat dapat dianalisis melalui beberapa indikator penting, yaitu Risiko Kinerja, Risiko Psikologis, Risiko Keuangan, Risiko Kehilangan Waktu, dan Risiko Sosial. Risiko Kinerja berkaitan dengan kemungkinan layanan *paylater* tidak memenuhi harapan pengguna, seperti masalah teknis saat transaksi. Sementara itu, Risiko Psikologis mencakup kekhawatiran tentang dampak emosional dari utang, seperti stres akibat kewajiban finansial. Risiko Keuangan merujuk pada potensi biaya tambahan yang dapat membebani pengguna jika pembayaran terlambat, sedangkan Risiko Kehilangan Waktu berhubungan dengan kemungkinan menghabiskan waktu lebih banyak untuk mengelola pembayaran atau menyelesaikan masalah terkait *paylater*. Terakhir, Risiko Sosial mencakup kekhawatiran tentang penilaian orang lain terhadap keputusan finansial pengguna, termasuk stigma yang mungkin muncul dari penggunaan utang.

Electronic commerce atau *e-commerce* adalah suatu proses terjadinya transaksi jual beli yang dalam prakteknya dilakukan secara *online* melalui media elektronik. Menurut Laudon & Laudon, *e-commerce* adalah transaksi business to business yang terjadi dengan perantara jaringan internet.



(Sumber: Databoks, 2022).

Gambar 1 Grafik Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2020 - 2022.

E-commerce adalah proses antara dua belah pihak yang membeli dan menjual barang atau jasa. Meningkatnya jumlah orang Indonesia yang membeli tiket pesawat melalui perdagangan elektronik atau *e-commerce* adalah bukti pertumbuhan teknologi di negara tersebut. Perdagangan online seperti *e-commerce* memiliki banyak keuntungan, termasuk kemudahan akses pelanggan untuk berbelanja dengan harga yang menarik dan banyak penawaran unik kapan saja dan di mana saja

Generasi Z lebih terbuka oleh perkembangan teknologi, termasuk *financial technology*. Oleh karenanya tidak mengherankan bahwa banyak pengguna *paylater* ialah Generasi Z. Menurut pimpinan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penggunaan *Paylater* mengalami kenaikan sebanyak 18,18 juta kontrak atau meningkat 33,25% dari tahun sebelumnya (CNBC Indonesia *Research*, 2023). Hal tersebut bahwa *Pay Later* menjadi salah satu metode pembayaran yang sangat sering dipakai dalam *e-commerce*. Fitur *Paylater* merupakan pembayaran yang serupa dengan kartu kredit. Pada fitur ini, perusahaan peminjam membayar terlebih dahulu utang pengguna kepada merchant, dan selanjutnya pengguna melakukan pembayaran kepada perusahaan peminjam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2016), ialah metodologi penelitian yang didasarkan pada positivisme dan diterapkan pada studi populasi serta sampel. Instrumen penelitian digunakan untuk pengumpulan data, serta pemrosesan data kuantitatif/terukur digunakan untuk mengevaluasi asumsi yang sudah ada sebelumnya. Teknik pengambilan sampel sering dilakukan secara acak atau random sampling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini telah di kumpulkan menggunakan kuesioner melalui google form yang di isi oleh responden yaitu mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta terutama GenerasiZ. Kuesioner yang disebarakan berisi 21 pernyataan mengenai presepsi manfaat dan presepsi resiko terhadap keputusan pembelian tiket pesawat menggunakan paylater. Kuesioner di sebarakan kepada 100 responden yang telah di tentukan pada rumus slovin sebelumnya.

Karakteristik Responden

Pada penelitian ini terdapat tiga karakteristik responden dalam kuesionernya yaitu karakteristik berdasarkan jenis kelamin, karakteristik berdasarkan usia dan karakteristik berdasarkan instansi/universitas. Pada karakteristik berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden terbagi menjadi bagian yaitu jenis kelamin laki laki dan perempuan, untuk jenis kelamin laki laki berjumlah 66 dan perempuan berjumlah 34. Pada karakteristik berdasarkan usia dari 100 responden, usia 20 – 25 tahun memiliki jumlah terbanyak yaitu berjumlah 69 responden, berikutnya usia lebih dari 25 tahun mencapai 28 responden, dan terakhir untuk usia kurang dari 20 tahun memiliki jumlah persentase yang kecil yaitu hanya 3 responden, dengan demikian usia yang paling dominan mengisi kuesioner ini berusia 20 – 25 tahun. Pada karakteristik berdasarkan instansi/universitas dari 100 responden yang mengisi kuesioner instansi atau universitas yang mahasiswanya paling banyak mengisi kuesioner ialah Universitas Ahmad Dahlan dengan jumlah responden sebanyak 20, berikutnya ada Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan dengan responden sebanyak 19, Institut Seni Indonesia dengan 12 responden, Universitas Islam Indonesia dengan jumlah 8 responden, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan 7 jumlah responden, Atmajaya dengan jumlah responden 6, Sanata Darma dengan jumlah responden 5, Universitas Bina Sarana Informatika dengan jumlah responden 4, Politeknik ATK Yogyakarta, Universitas Teknologi Yogyakarta dan UIN Sunan Kalijaga memiliki jumlah responden yang sama sebesar 3, Universitas Jendral Ahmad Yani, Alma Ata, Universitas Negeri Yogyakarta dan Widya Wiwaha memiliki jumlah responden yaitu 2, dan terakhir Universitas Pembangunan Nasional dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta memiliki jumlah responden yang sangat kecil yaitu hanya 1. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa Instansi atau Universitas yang paling dominan dalam mengisi kuesioner ini adalah Universitas Ahmad Dahlan dengan jumlah responden sebanyak 20 orang.

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	66	66%
2	Perempuan	34	34%
Total		100	100%

(Sumber : Peneliti, 2025).

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	20 - 25 Tahun	69	69%
2	Lebih dari 25 Tahun	28	28%
3	Kurang dari 20 Tahun	3	3%

Total	100	100%
-------	-----	------

(Sumber : Peneliti, 2025).

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Instansi/Universitas.

No	Instansi/Universitas	Jumlah	Persentase
1	Universitas Islam Indonesia	8	8%
2	Universitas Jendral Ahmad Yani	2	2%
3	Atmajaya	6	6%
4	Alma Ata	2	2%
5	Univerisitas Pembangunan Nasional	1	1%
6	Universitas Ahmad Dahlan	20	20%
7	Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan	19	19%
8	Institut Seni Indonesia	12	12%
9	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	7	7%
10	Universitas Bina Sarana Informatika	4	4%
11	Politeknik ATK Yogyakarta	3	3%
12	Universitas Teknologi Yogyakarta	3	3%
13	Universitas Negeri Yogyakarta	2	2%
14	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta	1	1%
15	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	3	3%
16	Sanata Darma	5	5%
17	Widya Wiwaha	2	2%
Total		100	100%

(Sumber : Peneliti, 2025).

HASIL UJI UJI VALIDITAS

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Presepsi Manfaat

(Variabel X1) Presepsi Manfaat				
Item	R Hitung	R Tabel	Sig.	Keterangan
P1	0,649	0,196	0,000	VALID
P2	0,725	0,196	0,000	VALID
P3	0,657	0,196	0,000	VALID
P4	0,692	0,196	0,000	VALID
P5	0,703	0,196	0,000	VALID
P6	0,799	0,196	0,000	VALID
P7	0,775	0,196	0,000	VALID
P8	0,726	0,196	0,000	VALID
P9	0,616	0,196	0,000	VALID

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 6 hasil uji validitas variabel X1 presepsi manfaat yang telah di uji menggunakan SPSS dimana semua pernyataan yang ada memiliki nilai r hitung lebih besar (>) dari r tabel dan nilai signifikannya kurang dari sama dengan (\leq) dari 0,05 sehingga bisa

di tarik kesimpulan pernyataan yang ada di dalam variabel persepsi manfaat dinyatakan valid.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Persepsi resiko

(Variabel X2) Persepsi Resiko				
Item	R Hitung	R Tabel	Sig.	Keterangan
P10	0,756	0,196	0,000	VALID
P11	0,263	0,196	0,000	VALID
P12	0,831	0,196	0,000	VALID
P13	0,835	0,196	0,000	VALID
P14	0,871	0,196	0,000	VALID
P15	0,851	0,196	0,000	VALID

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 7 hasil uji validitas dari variabel X2 persepsi resiko memiliki keterangan valid untuk semua pernyataan yang ada, ini dikarenakan nilai r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel dan nilai signifikannya kurang dari sama dengan (\leq) 0,05 sehingga pernyataan yang ada di dalam variabel persepsi resiko dinyatakan valid.

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

(Variabel Y) Keputusan Pembelian				
Item	R Hitung	R Tabel	Sig.	Keterangan
P15	0,414	0,196	0,000	VALID
P17	0,554	0,196	0,000	VALID
P18	0,517	0,196	0,000	VALID
P19	0,514	0,196	0,000	VALID
P20	0,586	0,196	0,000	VALID
P21	0,457	0,196	0,000	VALID

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 8 hasil uji validitas variabel Y keputusan pembelian, bisa di lihat bahwa semua pernyataan yang ada dinyatakan valid, nilai r hitung yang lebih besar ($>$) dari r tabel dan nilai signifikannya kurang dari sama dengan (\leq) 0,05 sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan yang ada di dalam variabel Y keputusan pembelian dinyatakan valid.

UJI RELIABILITAS

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,872	Reliabel
Persepsi Resiko (X2)	0,855	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,733	Reliabel

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 9 hasil uji reliabilitas bisa di lihat dari ke tiga variabel memiliki nilai cronbach's alpha yang lebih besar dari ($>$) 0,60. Untuk variabel persepsi manfaat memiliki

nilai cronbach's alpha 0,872 lebih dari (>) 0,60, untuk variabel persepsi resiko nilai cronbach's alpha mencapai 0,855 lebih besar dari (>) 0,60, dan untuk variabel keputusan pembelian memiliki nilai cronbach's alpha 0,733 lebih besar dari (>) 0,60, sehingga bisa di tarik kesimpulan bahwa semua variabel dari penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten.

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS

**Tabel 8 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,39508115
	Absolute	,090
Most Extreme Differences	Positive	,053
	Negative	-,090
Kolmogorov-Smirnov Z		,896
Asymp. Sig. (2-tailed)		,399

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 10 hasil uji normalitas bisa di lihat pada nilai signifikannya mencapai 0,399. Pada uji normalitas di ketahui jika nilai signifikannya lebih besar dari (>) 0,05 maka nilai residulanya berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikannya lebih kecil (<) dari 0,05 maka nilai residulanya tidak berdistribusi normal. Pada penelitian ini nilai signifikan dari uji normalitas mencapai 0,399, hasil ini lebih besar dari (>) 0,05 sehingga bisa disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

**Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,712	1,168		5,745	,000
1 Presepsi					
Manfaat	-,192	,207	-,637	-,926	,357
Presepsi Resiko	,076	,207	,253	,367	,715

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 11 hasil uji heteroskedastisitas diketahui nilai signifikansi dari variabel persepsi manfaat sebesar 0,357 dan variabel persepsi resiko sebesar 0,715. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar (>) dari 0,05 yang menandakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada variabel data penelitian. penarikan kesimpulan pada hasil uji ini diketahui jika nilai signifikansinya lebih besar (>) dari 0,05 maka suatu variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan Jika nilai signifikan (<) 0,05, maka suatu variabel terjadi gejala heteroskedastisitas.

UJI MULTIKOLINEARITAS

**Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Presepsi Manfaat	,971	1,030
Presepsi Resiko	,971	1,030

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Peneliti (2025).

Pengambilan keputusan dari uji multikolinearitas ialah jika nilai tolerance lebih besar (>) 0,10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas pada suatu variabel dan jika nilai tolerance (<) 0,10, maka terjadi gejala multikolinearitas pada variabel penelitian. pada tabel 12 hasil uji multikolinearitas diketahui nilai tolerance dari ke dua variabel X yaitu variabel persepsi manfaat sebesar 0,971 dan variabel persepsi resiko sebesar 0,971 lebih besar dari (>) 0,10 sehingga dapat di simpulkan bahwa data penelitian tidak terjadi gejala multikolinearitas.

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

**Tabel 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	19,418	2,677		7,254	,000
Presepsi Manfaat	,102	,051	,198	1,988	,050
Presepsi Resiko	,110	,055	,200	2,003	,048

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 13 hasil uji regresi linear berganda di peroleh persamaan regresi :Y = 19,418+0,102X1+0,110X2+0,05. Nilai standar koefesien variabel persepsi manfaat dan presepsi resiko memiliki nilai sebesar 0,198 dan 0,200, nilai tersebut memiliki hasil yang

positif sehingga dapat di katakan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

UJI HIPOTESIS

UJI HIPOTESIS PARSIAL (UJI T)

**Tabel 12 Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19,418	2,677		7,254	,000
1 Presepsi Manfaat	,102	,051	,198	1,988	,050
Presepsi Resiko	,110	,055	,200	2,003	,048

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Peneliti (2025).

Pengambilan keputusan pada uji parsial atau uji t ialah berdasarkan hasil t hitung yang di bandingkan t tabel, jika t hitung lebih besar (>) dari t tabel maka hipotesis nol (H₀) di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima atau terjadi pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependent, begitupun sebaliknya jika t hitung lebih kecil (<) dari t tabel maka hipotesis nol (H₀) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) di tolak atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent. Pada tabel 14 hasil uji parsial atau uji t diperoleh hasil nilai t hitung dari ke dua variabel yaitu variabel persepsi manfaat dengan nilai t hitung sebesar 1,988 dan variabel persepsi resiko memiliki nilai t hitung sebesar 2,003. Dimana kedua variabel tersebut memiliki nilai t hitung yang lebih besar (>) dari t tabel 1,985 sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis nol (H₀) di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan dari persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian.

HASIL UJI MODEL KELAYAKAN (UJI F)

**Tabel 13 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	39,805	2	19,903	3,399	,037 ^b
Residual	567,905	97	5,855		
Total	607,710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Presepsi Resiko, Presepsi Manfaat

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 15 hasil uji f, memiliki kriteria pengambilan keputusan dimana jika nilai signifikannya kurang dari ($<$) 0,05 maka secara simultan terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent, jika nilai signifikannya lebih besar ($>$) dari 0,05 maka secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent. Berdasarkan hasil uji f diketahui nilai signifikannya sebesar 0,037 dimana nilai ini lebih kecil ($<$) dari 0,05. Sehingga bisa dikatakan bahwa variabel independent secara simultan terdapat pengaruh terhadap variabel dependent.

UJI KOFESIEN DETERMINASI

Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,935 ^a	,875	,873	,242

a. Predictors: (Constant), Presepsi Resiko, Presepsi Manfaat

Sumber: Peneliti (2025).

Pada tabel 16 hasil uji koefisien determinasi yaitu nilai R² mencapai 0,875 dimana nilai ini tinggi dan mendekati angka 1 maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel independent memberikan hampir semua informasi yang diperlukan. Selain itu 0,875 jika dipersentasikan mendapatkan hasil 87,5% yang menunjukkan bahwa variabel independent dapat berpengaruh sebesar 87,5% terhadap variabel dependent.

PEMBAHASAN

Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat dengan menggunakan fitur *Paylater*

Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat dengan menggunakan fitur *paylater* dapat dilihat pada hasil uji t variabel X1 Persepsi manfaat terhadap variabel Y berpengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut bisa dilihat dari nilai t hitung persepsi manfaat 1,988 lebih besar dari ($>$) t tabel 1,985. Dengan demikian persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat menggunakan *paylater*.

Pada variabel persepsi manfaat, terdapat sebuah indikator yang paling dominan yaitu terletak pada pernyataan P3 yaitu saya tidak perlu antri saat menggunakan *Paylater* untuk pembelian tiket pesawat yang menandakan bahwa para penumpang lebih menginginkan cara cepat dan mudah tanpa harus merasakan antri dan melakukan perjalanan ke tempat penjualan tiket offline hal ini sejalan dengan teori persepsi manfaat menurut Davis (1989), mencerminkan keyakinan pengguna mengenai kebermanfaatan suatu sistem, diukur oleh tingkat keyakinan dan kepercayaan bahwa sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka.

Hal di atas didukung dengan penelitian Husein et.al (2021). Dengan judul pengaruh promosi dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian aplikasi dompet digital OVO pada mahasiswa universitas Buana Perjuangan Karawang. Husein menuliskan dalam penelitiannya Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa

Universitas Buana Perjuangan Karawang tentang Persepsi Manfaat yang ditawarkan oleh aplikasi dompet digital OVO mendapatkan jawaban setuju, berarti mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang setuju bahwa Persepsi Manfaat yang ditawarkan aplikasi dompet digital OVO dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan aplikasi dompet digital OVO.

Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian tiket pesawat dengan menggunakan fitur *Paylater*

Pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian tiket pesawat dengan menggunakan fitur *paylater* dapat dilihat pada hasil uji t variabel X2 Persepsi risiko terhadap variabel Y berpengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut bisa dilihat dari nilai t hitung persepsi risiko 2,003 lebih besar dari (>) t tabel 1,985. Dengan demikian persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat menggunakan *paylater*.

Pada variabel persepsi risiko terdapat pernyataan yang paling dominan yaitu terletak pada pernyataan pernyataan P11 yaitu saya merasa perlu memeriksa saldo sebelum menggunakan *Paylater*. Hal ini menandakan bahwa konsumen selalu mempertimbangkan risiko kedepannya sebelum melakukan suatu hal kedepannya hal ini didasari oleh teori Schiffman dan Kanuk (2007) persepsi risiko adalah ketidakpastian yang dirasakan oleh konsumen saat mereka tidak dapat memperkirakan hasil dari keputusan pembelian mereka. Penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu Winda Suciani Siregar (2023) dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Dimana menurut Winda secara parsial, persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee Paylater di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Secara simultan, ketigavariabel tersebut juga berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater. Penelitian ini dikatakan relevan berdasarkan temuan pada penelitian ini dimana persepsi manfaat dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online menggunakan fitur *paylater* dan secara simultan dapat mempengaruhi keputusan pembelian tiket pesawat secara online menggunakan fitur *paylater*.

Pernyataan di atas didukung dengan penelitian Haryani (2019). Dengan judul pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online di Tanjungpinang. Kesimpulannya persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di Tanjungpinang. Sehingga apabila persepsi risiko semakin baik, maka keputusan pembelian secara online di Tanjungpinang akan meningkat pula.

Variabel persepsi manfaat dan persepsi risiko bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat dengan fitur *Paylater*

Hal ini dapat dilihat pada hasil uji Anova atau model uji f dimana berdasarkan hasil uji f diketahui nilai signifikannya sebesar 0,037 dimana nilai ini lebih kecil (<) dari 0,05.

Sehingga bisa di katakan bahwa variabel independent persepsi manfaat (X1) dan Persepsi resiko (X2) secara simultan terdapat pengaruh terhadap variabel dependent keputusan pembelian (Y). Pernyataan di atas di dukung dengan penelitian Imroatun Khasanah (2024). Dengan judul penelitian Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E- Wallet Shopeepay pada Generasi Milenial di Kabupaten Purbalingga. Adapun hasil penelitiannya Hasil yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan, dan terdapat juga pengaruh bersama antara variabel independent terhadap variabel dependent. Ini dapat dijadikan Sebagai acuan bagi responden dalam minat menggunakan e- wallet ShopeePay. Dalam teori Technology Acceptance Model menyatakan bahwa minat seseorang untuk menggunakan e- wallet ShopeePay didorong oleh keinginan pribadi sebagai bentuk menerima Keberadaan teknologi baru. Pengguna akan menerima atau berminat menggunakan teknologi tersebut apabila mereka merasakan bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Oleh karena itu, semakin banyak manfaat yang diterima menggunakan e- wallet ShopeePay didorong oleh keinginan pribadi sebagai bentuk menerima keberadaan teknologi baru. Pengguna akan menerima atau berminat menggunakan teknologi tersebut apabila mereka merasakan bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Oleh karena itu, semakin banyak manfaat yang diterima pengguna maka tingkat minat seseorang dalam menggunakan e- wallet ShopeePay juga semakin meningkat.

Hal ini berkaitan dengan teori Kotler (2005) yang dikutip oleh Sasangka, (2015:232) keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisis kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber- sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Yang menandakan bahwa sebelum terjadinya keputusan pembelian menggunakan fitur *paylater* konsumen harus mencari informasi dan menganalisis manfaat dan resiko dari penggunaan fitur *paylater* jika ingin membeli sebuah tiket pesawat, hal ini bisa membantu konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian menggunakan fitur tersebut. Jika informasi dari manfaat dan resiko telah di tetapkan maka konsumen akan langsung menetapkan keputusan pembelian menggunakan fitur *paylater*.

Seberapa besar pengaruhnya persepsi risiko dan persepsi manfaat terhadap variable keputusan pembelian tiket pesawat dengan menggunakan fitur *Paylater*.

Untuk mengetahui besaran pengaruh dari variabel independent persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap variabel dependent keputusan pembelian dapat di lihat pada hasil uji koefisien determinasi, dimana hasil uji tersebut menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,875 dimana nilai ini hampir mendekati angka 1 sehingga bisa di katakan variabel independent dapat memberikan semua informasi yang di butuhkan terhadap variabel dependent. Selain itu 0,875 yang di persentasikan menjadi 87,5% menandakan besaran pengaruh variabel independent dapat mempengaruhi sebesar 87,5% variabel dependent, dan sisanya yaitu 12,5 dipengaruhi faktor lain yang peneliti tidak jelaskan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berdampak pada penggunaan fitur *Paylater* mengingat manfaat dan resiko yang di berikan berdampak positif pada keputusan pembelian tiket pesawat, selain itu penelitian ini bisa menjadi masukan dan bahan

pertimbangan bagi aplikasi penjualan tiket pesawat untuk mengadakan fitur *Paylater* karna memiliki manfaat dan resiko yang baik bagi konsumen ketika ini memutuskan pembelian tiket pesawat. Argumen diatas di perkuat oleh pendapat pimpinan jasa otoritas keuangan (OJK) yaitu penggunaan *paylater* mengalami kenaikan sebesar 18,18 juta kontrak atau meningkat sebesar 33,25% dari tahun sebelumnya (CNBC Indonesia *Research*, 2023). Hal ini menandakan bahwa fitur *paylater* menjadi salah satu metode pembayaran yang sering digunakan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk *e-commerce* atau bisa dikatakan bahwa fitur *Paylater* memiliki manfaat dan resiko yang baik terhadap penentuan keputusan pembelian.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada kurangnya teori teori para ahli yang mendukung dalam penyusunan penelitian ini yang mengakibatkan keterbatasan penyampaian materi dalam menyusun penelitian ini, waktu penelitian yang singkat mempengaruhi pengumpulan data yang kurang maksimal sehingga dalam proses pembuatan penelitian ini dilakukan secara cepat tetapi kurang maksimal, selain itu variabel penelitian juga menjadi keterbatasan pada penelitian ini sehingga hasil koefisien determinasinya kurang dapat memberikan banyak penjelasan antara variabel independent terhadap variabel dependent. Saran untuk penelitian berikutnya di harapkan agar dapat memaksimalkan segala hal yang menjadi keterbatasan pada penelitian ini mulai dari memperbanyak teori teori ahli yang mendukung suatu penelitian, memaksimalkan waktu penelitian agar dapat mengumpulkan data sesuai dengan yang di harapkan peneliti dan menambah variabel penelitian untuk melengkapi keterbatasan pada penelitian ini maupun penelitian sebelumnya.

KESIMPULAN

Peneliti mencoba untuk mencari tahu pengaruh persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian tiket pesawat menggunakan *paylater* bagi mahasiswa terutama genZ yang ada di provinsi DI Yogyakarta serta mencari tahu besaran pengaruh tersebut. Adapun mendapatkan hasil sebagai berikut; Untuk mengetahui pengaruh antar variabel kita bisa melihat dari hasil uji parsial atau uji t yaitu nilai t hitung dari ke dua variabel persepsi manfaat dengan nilai t hitung sebesar 1,988 dan 2,003 untuk variabel persepsi resiko. Kedua variabel tersebut memiliki nilai t hitung yang lebih besar (>) dari pada t tabel 1,985 sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) di tolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima atau terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent.

Untuk mengetahui besaran pengaruhnya peneliti menggunakan teknik analisis koefisien determinasi atau R^2 dan mendapatkan hasil sebesar 0,875 dimana hasil ini hampir mendekati 1, berdasarkan kriteria penarikan kesimpulan jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka variabel independent dapat memberikan seluruh informasi yang di butuhkan peneliti untuk menjelaskan variabel dependent. Selain itu 0,875 atau 87,5% jika di persentasikan, dapat di artikan variabel independent berpengaruh sebesar 87,5% terhadap variabel dependent.

SARAN

Dari hasil kesimpulan di atas peneliti memiliki saran terhadap fitur paylater aplikasi Traveloka dan peneliti berikutnya yaitu :

1. Bagi fitur paylater pada aplikasi Traveloka harus di pertahankan atau di kembangkan lagi agar pengguna bisa memiliki opsi dalam melakukan pembayaran pembelian tiket pesawat dan mendapatkan kemudahan. Melihat dari hasil besaran koefisien determinasi pengaruh persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian tiket pesawat menggunakan paylater sangatlah besar ini menandakan betapa bermanfaatnya serta memiliki resiko yang baik bagi pengguna (mahasiswa dan genZ) ketika menggunakan fitur paylater tersebut.
2. Bagi peneliti berikutnya, ketika hendak melakukan penelitian di bidang yang sama dengan variabel yaitu persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan di tambahkannya variabel atau menggunakan model penelitian yang lain agar bisa menjadi bahan perbandingan serta dapat melengkapi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA.

- Abdul Wahid. (2023). *Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko Dari Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee*.
- Adhani, I., Susilawati, Y., & Ruswianti. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Secara Online. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 121–130. <https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V2i5.175>
- Aniza. (2024). Pengaruh Peou Dan Pu Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Dengan Variabel Moderating Behavioural Intention. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 5, 1–16. <http://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/jebim/article/view/4755/3041> Bandung : Alfabeta.
- Brooks, N. (1959). On The Job Training. *Sae Technical Papers*.
- Dwi, S., Heryani. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi* 8 (2), 198-209, 2019.
- E., Ratnanto, S., Nusantara Pgri Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., Timur, J., & Artikel, I. (2050). *Simposium Manajemen Dan Bisnis Iii Program Studi Manajemen-Feb Unp Kediri* (Vol. 3).
- Fermayani, R., Egim, A. S., & Al Hayyu, A. H. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Saat Terjadi Pandemi Covid-19 Di Bungus Teluk Kabung. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 251–264. <https://doi.org/10.46576/Bn.V6i1.3111>
- Fermayani, R., Shadiq Egim, A., Hayyu, A., & Perbankan Indonesia, S. (2023). Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Saat Terjadi Pandemi Covid-19 Di Bungus Teluk Kabung. *Jurnal Bisnis Net*, 1, 6.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme. *Share : Social*

- Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/Share.V10i2.31443>
- Generasi Z *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1), 143.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 25.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate (edisi ke-10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/463-Article%20Text-856-1-10-20220719.pdf>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.ejournal.id/gjiep/article/view/39>
- Kristyowati, Y. (2021). *Generasi "Z" Dan Strategi Melayaninya*. 02(1), 23–34.
- Kurniawan, A., Yulianti, F., & Putri, T. E. (2022). The Effect Of Perceived Benefits, Perceived Ease Of Use, And Level Of Trust On Interest In Using Electronic Money. *Accounting Research Journal Of Sutaatmadja (Accruals)*, 06(01), 132–153. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/accruals/index>
- Kurniawan, A., Yulianti, F., Putri, T. E., Artikel, I., Artikel, H., & Masuk, T. (2022). The Effect Of Perceived Of Ease Of Use, Perceived Of Benefits, Trust, Perceived Of Risk And Level Of Understanding Of Electronic Money On Interest In Using E- Money. *Accounting Research Journal Of Sutaatmadja*. <https://doi.org/10.35310/accruals.v6i01.947>
- Mufallihah, M., Ekowati, V. M., & Suprayitno, E. (2023a). The Effect Of Risk Perception On Purchase Decisions Using Shopee Pay Later With Consumptive Behavior As Moderation. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*, 06(04). <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i4-05>
- Mufallihah, M., Ekowati, V. M., & Suprayitno, E. (2023b). The Effect Of Risk Perception On Purchase Decisions Using Shopee Pay Later With Consumptive Behavior As Moderation. *Journal Of Economics, Finance And Management Studies*, 06(04), 1442–1449. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i4-05>
- Octoviani, A., & Andella, M. (2024). Pengaruh Peou Dan Pu Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* Dengan Variabel Moderating Behavioural Intention. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 5, 2. <https://www.kompasiana.com>
- Pokhrel, S. (2024). No Title $\epsilon\lambda\epsilon\eta$. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Putri Atika, Lulu. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Dan*. 4(4), 44–56.
- Raihan, M., Rahmadi, H., & Ikhilash, M. (2024). *Jurnal Bisnis Mahasiswa Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, E-Wom, Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Lokal Secara Online*. <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i4.art10>
- Raihan, M., Rahmadi, H., & Ikhilash, M. (N.D.). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, E-Wom, Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Lokal Secara Online*.
- Ramadhan, S., Karim, N. K., & Nurabiah, N. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan

As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal

Volume 4 Nomor 3 (2025) 469 – 484 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v4i3.436

- Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran Shopee
Paylater. Ganec Swara, 18(1), 209.
- Ria Mudiyanti. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Presepsi Kemudahan Dan Presepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee.
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Siregar, Syofian. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit.
- Veronica, M. S., & Indrawan, D. R. (2024). Studi Faktor Penentu Risky CreD.