

PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN *PRICE VALUE* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI SHOPEE *PAYLATER*

@Hak cipta milik IPB University

MUHAMMAD REYHAN SYAHRUDIN



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Keamanan, Citra Perusahaan, dan *Price Value* terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopee *PayLater*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Muhammad Reyhan Syahrudin
K1401221007



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

MUHAMMAD REYHAN SYAHRUDIN. Pengaruh Persepsi Keamanan, Citra Perusahaan, dan *Price Value* terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopee *PayLater*. Dibimbing oleh LINDA KARLINA SARI S.Stat., M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan layanan *paylater* di Indonesia, namun tingginya adopsi belum tentu menunjukkan minat pengguna untuk terus menggunakan layanan secara berkelanjutan. Penelitian ini menganalisis pengaruh persepsi keamanan, citra perusahaan, dan *price value* terhadap minat menggunakan kembali Shopee *PayLater*, serta peran trust sebagai variabel mediasi, menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 157 pengguna Shopee *PayLater* di Jabodetabek. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan SEM-PLS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali dengan kontribusi terbesar. Persepsi keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan citra perusahaan dan trust tidak berpengaruh signifikan. *Trust* juga tidak memediasi hubungan persepsi keamanan dan citra perusahaan terhadap minat menggunakan kembali. Implikasi penelitian menunjukkan bahwa Shopee *PayLater* perlu memperkuat transparansi biaya, persepsi manfaat, keamanan transaksi, dan strategi retensi sesuai kebutuhan pengguna muda.

Kata kunci : citra perusahaan, minat menggunakan kembali, persepsi keamanan, *price value*, *trust*

ABSTRACT

MUHAMMAD REYHAN SYAHRUDIN. The Effect of Perceived Security, Corporate Image, and Price Value on Continuance Intention to Use Shopee PayLater. Supervised by LINDA KARLINA SARI S.Stat., M.Si.

This study is motivated by the increasing use of *paylater* services in Indonesia; however, high adoption does not necessarily indicate users' intention to continue using the service sustainably. This study analyzes the effect of perceived security, corporate image, and price value on the continuance intention to use Shopee PayLater, as well as the role of trust as a mediating variable. A quantitative approach was employed using a survey method involving 157 Shopee PayLater users in the Jabodetabek area. The data were analyzed using descriptive analysis and SEM-PLS. The results show that price value has a positive and significant effect on continuance intention, with the largest contribution. Perceived security also has a positive and significant effect, while corporate image and trust do not have a significant effect on continuance intention. Trust also does not mediate the relationship between perceived security and corporate image on continuance intention. The implications of this study suggest that Shopee PayLater needs to strengthen cost transparency, perceived benefits, transaction security, and retention strategies that align with the needs of young users.

Keywords: *continuance intention, corporate image, perceived security, price value, trust*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN
PRICE VALUE TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI
SHOPEE PAYLATER**

MUHAMMAD REYHAN SYAHRUDIN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Muchamad Bachtiar, S.T.P., M.M.
- 2 Dr. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M



Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Keamanan, Citra Perusahaan, dan *Price Value* terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopee *PayLater*

Nama : Muhammad Reyhan Syahrudin

NIM : K1401221007

Disetujui oleh

Pembimbing :

Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi :

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001

Tanggal Ujian:
14 Juli 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Keamanan, Citra Perusahaan, dan *Price Value* terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopee *PayLater*”. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Linda Karlina Sari S.Stat., M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberi arahan dan dukungan selama proses penyusunan hingga skripsi diselesaikan.
2. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis IPB yang telah berupaya mendidik dan membantu penulis selama proses perkuliahan.
3. Kedua orang tua penulis, Bapak Fery Syahrudin (Popski) dan Ibu Faridah Hanoum Nasution (Momski), yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta usaha terbaik dalam setiap langkah perjuangan penulis. Terima kasih atas kerja keras, pengorbanan, dan ketulusan yang tidak pernah dapat penulis balas sepenuhnya dengan kata-kata. Doa yang mereka panjatkan, lelah yang mereka sembunyikan, dan harapan besar yang mereka titipkan untuk masa depan penulis. Mereka adalah alasan penulis untuk terus berusaha, sekaligus tempat paling aman untuk kembali ketika dunia terasa berat. Penulis menyadari bahwa dalam perjalanan ini tidak jarang melakukan kesalahan, mengecewakan, atau belum mampu menjadi anak yang sepenuhnya membanggakan. Namun, sebesar apa pun kesalahan penulis, kasih sayang dan pintu maaf mereka selalu jauh lebih besar. Untuk itu, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya dan mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya. Penulis sangat menyayangi Popski dan Momski, sebagaimana mereka selalu menyayangi penulis tanpa syarat.
4. Kakak dari Penulis, Muhammad Reza Syahrudin, yang selalu mendukung Penulis apapun yang terjadi. Penulis sangat menyayanginya.
5. Nenek dari penulis (Ompung), yang tidak pernah lupa menyebut nama penulis dari doa malam yang Ia lakukan.
6. Vania Zukhrufa, sosok yang selalu hadir dengan ketulusan, perhatian, dan dukungan yang tidak pernah putus. Terima kasih karena senantiasa mengutamakan kepentingan penulis, memberikan semangat dalam berbagai keadaan, serta menjadi tempat berbagi cerita selama proses penyusunan karya ini. Kehadiran dan dukungan yang diberikan menjadi salah satu kekuatan berarti bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Sahabat terdekat Rayyan, Maul, Radja, Arkan, dan grup Valpis yang selalu memberi dukungan dan semangat bagi penulis.

Bogor, Juli 2026

Muhammad Reyhan Syahrudin

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Pay Later</i>	7
2.2 <i>Expectation-Confirmation Model (ECM)</i>	8
2.3 <i>Continuance Intention</i>	9
2.4 <i>Trust</i>	10
2.5 Persepsi Keamanan	12
2.6 Citra Perusahaan	14
2.7 <i>Price Value</i>	15
2.9 Kerangka Pemikiran	15
2.10 Pengembangan Hipotesis	17
III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain penelitian	21
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	21
3.4 Metode Pengumpulan Data	21
3.5 Metode Penarikan Sampel	21
3.6 Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Dimensi, dan Pengukuran	22
3.6.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran	22
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data	25
3.7.1 Analisis Deskriptif	26
3.7.2 <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	26
3.7.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	26
3.7.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	28
3.7.2.3 Pengujian Mediasi <i>Trust</i>	29
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Karakteristik Pengguna Shopee <i>Paylater</i>	31
4.2 Persepsi Keamanan, Citra Perusahaan, <i>Price Value</i> , <i>Trust</i> dan <i>Continuance Intention</i> Pengguna Shopee <i>PayLater</i>	34

4.2.1 Persepsi Keamanan	34
4.2.2 Citra Perusahaan	35
4.2.3 <i>Price Value</i>	36
4.2.4 <i>Trust</i>	37
4.2.5 <i>Continuance Intention</i>	38
4.3 Analisis Model Struktural (<i>Outer Model</i>)	39
4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Uji Reliabilitas	41
4.4 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	44
4.4.1 Uji Kolinearitas	44
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi	45
4.4.3 Uji <i>F-square</i>	46
4.4.4 Pengaruh Persepsi Keamanan, Citra Perusahaan, <i>Price Value</i> , dan <i>Trust</i> terhadap <i>Continuance Intention</i> Pengguna Shopee PayLater.	47
4.4.5 Pengaruh <i>Trust</i> dalam Memediasi Hubungan antara Persepsi Keamanan dan Citra Perusahaan terhadap <i>Continuance Intention</i>	51
4.5 Implikasi Manajerial	54
V SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62
RIWAYAT HIDUP	70

DAFTAR TABEL

1 Definisi operasional variabel dan indikator pengukuran	22
2 Kriteria evaluasi model struktural (<i>inner model</i>)	28
3 Karakteristik pengguna Shopee <i>Paylater</i> di Jabodetabek	31
4 Hasil analisis deskriptif persepsi keamanan Shopee <i>Paylater</i>	34
5 Hasil analisis deskriptif citra perusahaan Shopee <i>Paylater</i>	35
6 Hasil analisis deskriptif <i>price value</i> Shopee <i>Paylater</i>	36
7 Hasil analisis deskriptif <i>trust</i> Shopee <i>Paylater</i>	38
8 Hasil analisis deskriptif <i>continuance intention</i> Shopee <i>Paylater</i>	39
9 Hasil uji validitas konvergen	40
10 Hasil uji validitas diskriminan	41
11 Hasil uji reliabilitas indikator	42
12 Hasil uji reliabilitas konsistensi internal	44
13 Hasil uji kolinearitas	44
14 Hasil uji <i>R-square</i>	45
15 Hasil uji <i>f-square</i>	46
16 Hasil uji <i>path coefficient</i>	47
17 Nilai hasil uji mediasi	51
18 Implikasi manajerial	54

DAFTAR GAMBAR

1 Jenis <i>fintech</i> paling populer di Indonesia	1
2 Aplikasi <i>paylater</i> paling banyak digunakan gen z dan milenial	2
3 <i>Expectation-Confirmation Model</i>	8
4 Kerangka pemikiran	16
5 Kerangka konsep	17
6 Model penelitian SEM-PLS	30

DAFTAR LAMPIRAN

1 Hasil keseluruhan uji validitas	63
2 Hasil keseluruhan uji reliabilitas	63
3 Kuesioner penelitian	64