

## ABSTRAK

Shopee merupakan marketplace terbesar No. 1 di Indonesia saat ini. Hal ini karena Shopee mampu menyediakan kebutuhan konsumen dengan fasilitas pembayaran yang beraneka ragam bahkan konsumen bisa membayar barang yang dibeli saat barang tersebut sudah di terima. Metode pembayaran tersebut adalah Shopee *Paylater*. Masih sedikit pengguna Shopee yang menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* yaitu sekitar 25,8%. Untuk itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Kepercayaan, Kemudahan dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater* dan Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Resiko terhadap Keputusan Pembelian baik secara simultan dan parsial.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling jenis *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Kepercayaan, Kemudahan, Resiko dan keputusan pembelian secara keseluruhan dalam kategori baik. Hasil analisis regresi linier berganda kepercayaan, kemudahan dan resiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee *Paylater*. Besarnya pengaruh kepercayaan, kemudahan dan resiko secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,563 atau 56,3%, sisanya sebesar 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial kepercayaan, kemudahan dan resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh paling tinggi yaitu variabel resiko mendapatkan persentase sebesar 21%, diposisi kedua yaitu variabel kepercayaan mendapatkan persentase sebesar 19,1%, dan diposisi ketiga yaitu variabel kemudahan mendapatkan persentase sebesar 16,2%.

***Kata Kunci:*** Kemudahan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian Konsumen, dan Resiko