

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana persepsi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia terhadap iklan, kegunaan, dan kepercayaan layanan Shopee Paylater memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Landasan penelitian ini adalah semakin populernya layanan BNPL seperti Shopee Paylater, yang memudahkan transaksi daring tetapi juga menimbulkan kemungkinan bahaya finansial dan pengeluaran impulsif.

Metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk penelitian ini. Menggunakan metode Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, 94 responden dipilih dari populasi mahasiswa hukum di Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia. Survei daring yang dibuat menggunakan Google Forms digunakan untuk mengumpulkan data. Di antara teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik (seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis dengan uji-t (parsial), uji-F (simultan), dan koefisien determinasi (R).

Selain menyarankan cara untuk mempromosikan Shopee Paylater dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan keuangan digital, studi ini dapat memberikan gambaran tentang elemen yang dipertimbangkan siswa saat membuat pilihan pembelian.