

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat, oleh karena itu masyarakat Indonesia mulai beralih melakukan belanja *online*. Banyak metode pembayaran ditawarkan, salah satunya adalah PayLater. Shopee merupakan aplikasi yang menyediakan layanan PayLater yang diketahui oleh banyak orang. Shopee juga memberikan syarat yang mudah untuk melakukan pinjaman pada Shopee PayLater. Namun karena memiliki syarat yang mudah seringkali terjadi kredit macet. Faktor kredit macet juga bisa disebabkan oleh petugas layanan penagihan yang tidak sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah komunikasi layanan penagihan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Shopee PayLater. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diperoleh dari perhitungan Lemeshow karena populasi ini tidak diketahui jumlahnya. Hasil dari penelitian ini yaitu komunikasi layanan penagihan (X) memiliki pengaruh signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $14,373 > t$ tabel $1,987$, dan dengan besar koefisien determinasi R^2 sebesar $67,8\%$. Hal ini dapat disimpulkan dalam statistik bahwa komunikasi layanan penagihan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater.

Kata Kunci : Komunikasi Layanan Penagihan, Kepuasan Konsumen, Shopee PayLater.

ABSTRACT

The development of e-commerce in Indonesia is very rapid, therefore Indonesian people are starting to switch to online shopping. Many payment methods are offered, one of which is PayLater. Shopee is an application that provides PayLater services that are known to many people. Shopee also provides easy requirements for making loans on Shopee PayLater. However, because it has easy requirements, bad debts often occur. Bad credit factors can also be caused by collection service officers who do not meet consumer expectations. This study aims to determine whether collection service communication can affect Shopee PayLater consumer satisfaction. The method used in this study is quantitative using simple linear regression analysis. The number of samples used was 100 respondents obtained from Lemeshow's calculations because this population is unknown. The results of this study are that collection service communication (X) has a statistically significant effect on consumer satisfaction (Y). This can be seen from the calculated t value of 14.373 > t table 1.987, and with a large coefficient of determination R^2 of 67.8%. It can be concluded in statistics that collection service communication has an effect on Shopee PayLater consumer satisfaction.

Keywords : Billing Service Communication, Consumer Satisfaction, Shopee PayLater