



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGGUNA *FINTECH PAYLATER* MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)***

(Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Pancasakti Tegal)

SKRIPSI

Oleh:

Feni Okta Diningrum

NPM: 4320600095

Diajukan Kepada:

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Pancasakti Tegal**

2024



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGGUNA *FINTECH PAYLATER* MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)***

(Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Pancasakti Tegal)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Menyusun Skripsi pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh:

Feni Okta Diningrum

NPM: 4320600095

Diajukan Kepada:

Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Pancasakti Tegal

2024



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGGUNA *FINTECH PAYLATER* MENGGUNAKAN MODEL *UNIFIED
THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)***

(Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Pancasakti Tegal)

SKRIPSI

Oleh:

Feni Okta Diningrum

NPM : 4320600095

Disetujui Untuk Ujian Skripsi

Tanggal : 30 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M.Ak, C.A
NIDN.0628117502

Dosen Pembimbing II

Fahmi Firmansyah S.E, M.Ak
NIDN.0621029401

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M. Ak, C.A
NIDN.0628117502

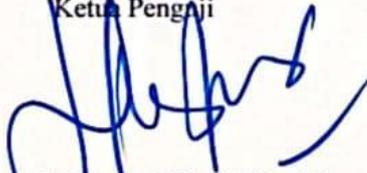
PENGESEHAN SKRIPSI

Nama : Feni Okta Diningrum
NPM : 4320600095
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna *Fintech Paylater* Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) (Studi kasus Mahasiswa FEB Universitas Pancasakti Tegal)

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi, yang dilaksanakan pada:

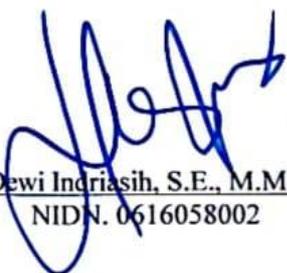
Hari : Selasa
Tanggal : 30 Juli 2024

Ketua Penguji



Dr. Dewi Indriasih, S.E., M.M., Akt
NIDN. 0616058002

Penguji I



Dr. Dewi Indriasih, S.E., M.M., Akt
NIDN. 0616058002

Penguji II



Dr. Abdullah Mubarak, S.E.,
M.M., Ak. C.A
NIDN. 0331077302

Penguji III



Yanti Puji Astutie, S.E., M.Si, CMA
NIDN. 0607069003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Ak., C.A
NIDN. 0628117502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Akan ada satu masa dalam hidup seseorang merasakan satu persoalan, yang seakan-akan merasakan beban yang dipikul sangatlah berat sampai merasa kesulitan dari ujung kepala sampai ujung kaki. Disaat itu terjadi, yakinlah bahwa Allah sedang mengangkat derajatmu dan meningkatkan kualitas hidupmu untuk mencapai sesuatu istimewa yang belum pernah diraih.

“Allah tidak akan membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Q.S Al-Baqarah:286)

PERSEMBAHAN

1. Syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada Allah SWT dan nabi Muhammad SAW telah memberikan nikmat islam, iman, sehat dan nikmat yang lainnya.
2. Terimakasih kepada kedua orang tua saya Bapak dan Ibu yang tidak kenal lelah dalam bekerja demi anaknya menjadi anak yang dapat membanggakan dan juga selalu mendukung apapun yang dilakukan oleh anaknya. Hal tersebutlah yang menumbuhkan motivasi kepada penulis untuk bertahan sampai pada akhir masa studinya.
3. Kepada adek-adek saya, yang selalu memberikan semangat dan dukungan melalui celotehannya yang lucu, terimakasih sudah menjadi adek yang selalu menemani ketika mengerjakan skripsi.
4. Kepada diri sendiri, terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan manapun, yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada.
5. Sahabat seperjuanganku, Etika, Niken, dan Izzati yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta dorongan selama penyusunan skripsi. Terimakasih sudah menjadi teman yang baik yang selalu mendengarkan keluh kesah dan saling membantu dalam hal apapun selama masa perkuliahan.
6. Almamaterku tercinta.

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Feni Okta Diningrum

NPM : 4320600095

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Perpajakan

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna *Fintech Paylater* Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal)”

1. Merupakan hasil karya sendiri, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Saya mengijinkan untuk dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggungjawab.

Tegal,

Yang Menyatakan,



Feni Okta Diningrum

ABSTRAK

Feni Okta Diningrum 4320600095, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna *Fintech Paylater* Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating condition* (kondisi yang memfasilitasi) pengguna terhadap minat penggunaan dompet digital *shopeepay latter*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan alat analisis data yang diujikan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji kelayakan model, uji parsial, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 25. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dengan jumlah responden 100 mahasiswa FEB.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavioural intention* (minat menggunakan kembali), *effort expectancy* dan *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* (minat menggunakan kembali). Sedangkan *facilitating condition* juga tidak berpengaruh terhadap *behavioural intention* (minat menggunakan kembali) pada mahasiswa FEB Universitas Pancasakti Tegal.

Kata Kunci: *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facillitating Condition, Behavioral Intention.*

ABSTRACT

Feni Okta Diningrum 4320600095, Analysis of Factors Affecting User Interest in Fintech Paylater Using the Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) Model Case study of students of the Faculty of Economics and Business, Pancasakti University Tegal.

This study aims to determine the performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions of users on the interest in using the latter Shopeepay digital wallet.

This study uses a quantitative descriptive method with data analysis tools tested are validity and reliability tests, descriptive analysis tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis, model feasibility tests, partial tests, and determination coefficient tests using the SPSS version 25 program. The population in this study were active students of the Faculty of Economics and Business, Pancasakti University Tegal. The type of data used is primary data, with the number of respondents 100 FEB students.

The results showed that performance expectancy has no effect on behavioral intention (interest in reusing), effort expectancy and social influence have a positive effect on behavioral intention (interest in reusing). While facilitating conditions also have no effect on behavioral intention (interest in reusing) in FEB students at Pancasakti University Tegal.

Keywords : *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facillitating Condition, Behavioral Intention.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT, berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian untuk skripsi dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Minat *Fintech Paylater* Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT)”**”

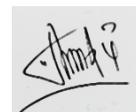
Proposal penelitian untuk skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi pada Program Starta (S1) di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal penelitian untuk skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M, Ak, C.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Dr. Abdullah Mubarak, S.E, M.M, Ak, C.A, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E, M.M, Ak, C.A, selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
4. Fahmi Firmansyah S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memotivasi peneliti.

Penulis menyadari proposal penelitian untuk skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, maka penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan proposal untuk skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap proposal penelitian untuk skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tegal, April 2024



Feni Okta Diningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Landasan Teori.....	17
1. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT).....	17
2. <i>Financial Technology (Fintech)</i>	21
3. Dompet Digital ShopeePay pada Aplikasi Shopee.....	24
4. Minat Penggunaan <i>Fintech Paylater</i>	26
5. <i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja).....	28
6. <i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha)	29
7. <i>Social Influence</i> (Pengaruh Sosial).....	32
8. <i>Facilitating Conditions</i> (Fasilitas Pendukung).....	34
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pemikiran Konseptual.....	47
1. Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan ShopeePay <i>Latter</i>	47

2. Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan <i>ShopeePay Latter</i>	49
3. Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan <i>ShopeePay Latter</i>	50
4. Pengaruh <i>Facillitating Conditions</i> terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan <i>Shopeepay Latter</i>	52
D. Hipotesis.....	54
BAB III	55
METODE PENELITIAN	55
A. Jenis Penelitian.....	55
B. Populasi dan Sampel	56
1. Populasi	56
2. Sampel	57
C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	58
1. Definisi Konseptual Variabel	58
2. Operasionalisasi Variabel	62
D. Metode Pengumpulan Data	65
1. Kuesioner (<i>Angket</i>)	65
2. Studi Dokumentasi	66
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	66
1. Uji Validitas.....	66
2. Uji Reliabilitas	67
F. Metode Analisis Data.....	67
1. Statistik Deskriptif.....	68
2. Uji Asumsi Klasik	68
3. Uji Analisis Regresi Berganda	70
4. Uji Hipotesis	71
BAB IV	74
HASIL PENELITIAN	74
A. Gambaran Umum.....	74
1. Sejarah Singkat Universitas Pancasakti Tegal.....	74
2. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis	75
B. Hasil Penelitian Analisis Data.....	77

1. Karakteristik Responden.....	78
2. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	81
3. Hasil Analisis Data	84
C. Pembahasan	96
BAB V	108
KESIMPULAN DAN SARAN	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Grafik Perkembangan Transaksi E-Commerce di Indonesia	3
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Responden yang gunakan Fitur Paylater di Aplikasi.....	8
Gambar 2.1 Kerangka model UTAUT	18
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Koseptual	53
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa FEB	56
Tabel 3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	62
Tabel 3.3 Skala Jawaban Kuesioner.....	65
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data	77
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis kelamin	78
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	80
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	87
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4.12 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji f).....	93
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	94
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

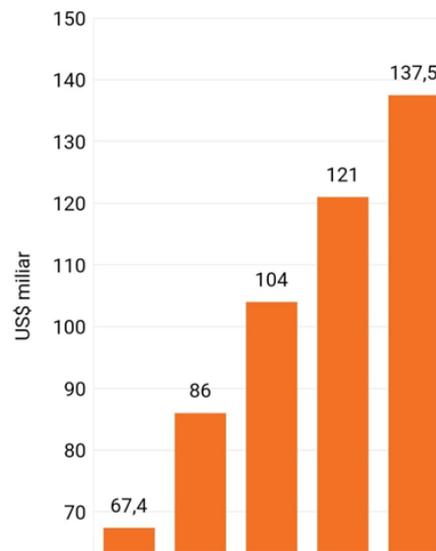
Era digital merupakan era yang membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan efisien dengan kemajuan teknologi di berbagai sektor. Selain itu, sektor keuangan juga telah berinovasi kearah yang lebih modern yang dikenal dengan *Financial Technology (Fintech)*. Kehadiran *Fintech* dapat memberikan pilihan yang luas bagi penggunanya, seperti mentransfer uang, menyetor dana, dan melakukan pembayaran secara online atau biasa disebut dengan pembayaran digital (Leng et al., 2018). *Fintech* merupakan singkatan dari *financial technology* atau teknologi finansial, merupakan sebuah bentuk layanan berbasis teknologi yang sedang berkembang di dunia. Seiring dengan perkembangan era globalisasi dewasa ini, segala macam aktivitas masyarakat tidak terlepas dari bantuan teknologi. Kemajuan teknologi dalam perekonomian nasional ditingkatkan untuk mencapai kesejahteraan rakyat demi mewujudkan kehidupan perekonomian yang lebih baik (Farizqi et al., 2023).

Perkembangan *fintech* kini menjadi pilihan banyak orang untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dikarenakan kemudahan dan kecepatan proses penggunaan *fintech* itu sendiri (Firmansyah et al., 2022). *National Digital Research Council (NDRC)* mendefinisikan *fintech* sebagai bidang inovasi dibidang jasa keuangan. Dari sisi jasa keuangan, *fintech* merupakan fenomena baru di sektor keuangan dengan teknologi baru. Misalnya,

transaksi layanan *fintech* mencakup banyak jenis transaksi, antara lain pembayaran, investasi, pinjaman online, transfer, dan perencanaan keuangan (Winarto, 2020). *Financial Technology* juga dipercayai dapat memberikan solusi alternatif keuangan yang mudah dan cepat. Menurut OJK *fintech* adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. *Fintech* sebagian besar merupakan *start-up* yang didirikan dengan tujuan untuk mendisrupsi sistem keuangan dan bisnis yang ada, namun tidak bergantung pada optimalisasi atau penggunaan teknologi informasi atau TI (Pailaha et al., 2023).

Kuatnya penggunaan teknologi digital di Indonesia berdampak pada beberapa bidang, salah satu bidang perkembangan teknologi adalah *cyber commerce* (bisnis dunia maya) yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat luas dalam bentuk toko online atau transaksi jual-beli online (*e-commerce*). Saat ini pengguna *e-commerce* menjadi salah satu metode penting bagi organisasi atau perusahaan yang terjun dibidang usaha untuk dapat bersaing di dunia global (Alwendi, 2020). *E-commerce* juga menjadi semakin populer dikalangan bisnis dari semua ukuran, mulai dari perusahaan besar hingga toko online rumahan. Pembeli dan penjual dengan mudah dapat terkoneksi secara cepat hingga melakukan transaksi, dan apa yang diinginkan pembeli dapat cepat pula ditanggapi oleh penjual, sehingga tercapai kepuasan pelanggan dan meningkatkan keuntungan bagi penjual (Rehatalanit, 2021). Menurut Hermiati et al., (2021) *E-commerce* adalah suatu kegiatan membeli atau menjual secara elektronik yang dilakukan pada

jaringan internet. Sedangkan menurut Aprilyan, (2022) *e-commerce* adalah aplikasi belanja online yang menyediakan berbagai macam produk barang dan jasa. Berdasarkan analisis *RedSeer* (perusahaan yang melakukan penelitian primer dan sekunder), pasar *e-commerce* Indonesia diproyeksikan dapat meningkat menjadi US\$137,5 miliar pada 2025. Jumlah nilai tersebut tumbuh dari 25,3% pencapaian tahun 2020, sebesar US\$67,4 miliar pada tahun 2021. Lalu pada 2022 nilai transaksi meningkat menjadi US\$86 miliar. Selanjutnya, meningkat kembali menjadi US\$104 miliar pada tahun 2023 dan pada tahun 2024 kembali meningkat menjadi US\$121 (Pahlevi, 2022).



Grafik 1.1

Grafik Perkembangan Transaksi E-Commerce di Indonesia (2021-2025)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dari gambar di atas, perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dengan ini

perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia memiliki dampak positif pada globalisasi, yaitu dengan adanya *e-commerce* memungkinkan bisnis untuk menjual produknya ke pasar internasional tanpa kendala geografis. Hal ini dapat membuka peluang bisnis baru dan meningkatkan potensi pertumbuhan pendapatan bagi banyak pendapatan (Trivia, 2023).

Masyarakat yang terbiasa menggunakan pembayaran online atau dompet digital juga dapat diumpamakan dengan istilah *Cashless Society*. *Cashless Society* merupakan sekelompok orang yang tidak lagi menggunakan uang berbentuk fisik atau tunai sebagai bentuk pembayaran, namun menggunakan alat berupa kartu uang elektronik untuk transaksi pembayaran, selain itu tidak ada lagi uang tunai saat membayar kewajiban pembayaran kepada pihak lain. Semuanya dilakukan secara elektronik, baik melalui perbankan online, transfer lewat ATM, atau dompet digital lainnya (Nazar et al., 2023). Kemudian pada tahun 2018, masyarakat diperkenalkan dengan adanya teknologi baru sebagai sebuah metode pembayaran, yakni teknologi *Paylater* (R. Sari, 2021). Layanan *paylater* menjadi tawaran yang menggiurkan bagi masyarakat karena dapat mendorong konsumsi dengan menawarkan pilihan pembayaran yang *fleksibel* dan terjangkau. Kemampuan membeli barang dan jasa secara langsung tanpa membayar tunai dapat meningkatkan daya beli konsumen dan merangsang aktivitas konsumen. Dalam konteks ini, layanan pembayaran memegang peranan penting dalam mendukung perubahan tersebut. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan aplikasi dompet digital untuk

transaksi pembayaran, melepas ketergantungan pada uang tunai dan mengadopsi teknologi digital sebagai mode pembayaran utama (Luthfia et al., 2023).

Layanan cicilan semakin banyak tersedia tanpa kartu kredit untuk pembelian barang di platform *e-commerce* atau biasa disebut *paylater*. Sederhananya, ini adalah layanan yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk secara mencicil selama periode tertentu. Minat terus tumbuh dengan kuatnya penggunaan *e-commerce* untuk berbagai kebutuhan. Fitur *paylater* yang disediakan oleh penyedia layanan *fintech* yang terintegrasi ke dalam *e-commerce* untuk memudahkan metode pembayaran transaksi. Konsumen dapat membeli barang terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari (beli sekarang, bayar nanti), dan bayar secara teratur dengan tingkat bunga yang terjangkau. Dengan variasi jangka waktu pembayaran cicilan hingga 12 bulan, konsumen memiliki keleluasaan untuk berbelanja dan membayar tagihan hingga batas waktu pembayaran bulanan (Badri et al., 2012).

Metode pembayaran yang disebut beli sekarang bayar nanti juga telah diakui sebagai peluang *financial* yang memungkinkan. *Paylater* merupakan suatu layanan perbankan berupa pinjaman online yang memberikan kemudahan untuk transaksi dengan sistem cicilan, dengan istilah beli sekarang, bayar nanti diharapkan dapat menarik konsumen serta memberikan kenyamanan dalam berbelanja melalui *marketplace*. Dalam hal ini, konsumen mendapatkan momentum di pasar Asia, dengan penyediaan

layanan pembayaran dan penjualan online menggunakan penawaran solusi bayar nanti. Seperti yang ditunjukkan oleh GlobalData, meningkatnya permintaan pembiayaan jangka pendek menunjukkan potensi besar di pasar Asia (Prins et al. 2019) dalam (Eka & Andarini Sonja, 2022).

Fitur *paylater* nampaknya semakin populer berkat kemajuan teknologi sistem pembayaran di situs *e-commerce* besar seperti Shopee, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, Kredivo, Akulaku, Gojek, dll. Kini masyarakat dipacu untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan, termasuk membeli kebutuhan pokok dan melakukan perjalanan tanpa perlu memiliki dana yang cukup, karena ada estimasi fitur cicilan pada *paylater* (Prastiwi & Fitria, 2021).

Seiring berjalannya waktu kemudahan *paylater* atau pinjaman online pada *fintech e-commerce* telah memberikan berbagai dampak bagi masyarakat, mulai dari perubahan perilaku manusia hingga pengaruh besar pada situasi ekonomi. *E-commerce* memfasilitasi perubahan perilaku konsumen melalui penggunaan syarat “Beli Sekarang, Bayar Nanti”. Saat membeli, pengguna memiliki opsi pilihan untuk memilih metode pembayaran lain. Penelitian sebelumnya sepakat bahwa opsi pembayaran “*Buy Now, Pay Later*” berdampak signifikan terhadap perilaku pelanggan (Deufel et al., 2019).

Menurut Rafidarma Muhammad & Fitri, (2022) menunjukkan bahwa kesediaan pengguna untuk menggunakan kembali fitur *paylater* memiliki peran yang cukup penting dan memiliki dampak positif terhadap keputusan

pembelian online mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *paylater* membuat pengguna ingin terus menggunakannya sehingga membuat mereka lebih cenderung memutuskan untuk berbelanja online. Fitur bayar nanti atau *paylater* semakin diminati konsumen dari masa ke masa. Banyak aplikasi kini memiliki fitur *paylater* yang memungkinkan pengguna untuk belanja terlebih dahulu dan membayar pada tanggal jatuh tempo. Hal ini juga terkait dengan kesederhanaan dan kegunaan fitur *paylater*, yang mendorong masyarakat untuk menggunakan teknologi ini. *Paylater* nyaman digunakan karena cepat dan tidak membuang banyak waktu. Selain itu, fungsi *paylater* saat ini dapat diakses di sejumlah besar situs pembelian online, sehingga meningkatkan persepsi penggunaannya. Ketika seseorang memilih untuk menggunakan fitur *paylater* mereka sudah menyadari bahaya yang ada, sehingga mereka dapat mengambil penilaian sendiri ketika menggunakannya. Selain itu, kecenderungan pengguna untuk menggunakan fungsi ini di masa mendatang dipengaruhi oleh batas kreditnya, sehingga memungkinkan mereka membuat penilaian berdasarkan emosi saat melakukan pembelian online.

Bersumber dari *DailySocial*, layanan *paylater* yang paling banyak diminati konsumen adalah Shopee *PayLater* yaitu memiliki tingkat presentase 78,4% di sepanjang tahun 2021. Kemudian Gopay *Later* berada diposisi urutan kedua sebagai fitur bayar nanti yang paling diminati konsumen yaitu dengan tingkat presentase 33,8%. Berikutnya, sebanyak

23,2% responden mengaku memanfaatkan fitur *paylater* pada aplikasi Kredivo. Selanjutnya, ada aplikasi Akulaku yang memiliki 20,4% responden sebagai aplikasi yang memiliki fitur *paylater*. Ada pula sebanyak 8,6% konsumen yang menggunakan layanan Traveloka *Paylater*. Lalu sebanyak 3,3% pada aplikasi Indodana dan 2,8% pada aplikasi Home Credit. Selebihnya, 0,4% konsumen menggunakan fitur *paylater* pada layanan lainnya (Annur, 2022)

No.	Nama Data	Nilai / %
1	Shopee Paylater	78,4
2	Gopay Later	33,8
3	Kredivo	23,2
4	Akulaku	20,4
5	Traveloka Paylater	8,6
6	Indodana	3,3
7	Home Credit	2,8
8	Lainnya	0,4

Gambar 1.1

Presentase Responden yang gunakan Fitur *Paylater* di Aplikasi

Sumber. Databoks.katadata.co.id 2021

Hasil penelitian yang dilakukan Purnamasari et al., (2021) dengan menggunakan 50 responden pengguna platform *marketplace* Shopee menunjukkan bahwa, metode pembayaran yang paling banyak digunakan

adalah ShopeePay dengan presentase 62%. Urutan kedua adalah metode pembayaran melalui Indomaret atau Alfamart dengan presentase 46,8%. Selanjutnya, ditempati oleh metode pembayaran transfer bank sebesar 38,3% dan COD (*Cash On Delivery*) 21,3%. Sementara itu, layanan Shopee *PayLater* menempati posisi terakhir dengan presentase 17% yang berarti bahwa metode pembayaran ini masih belum menjadi metode pembayaran utama bagi para pengguna platform *marketplace* Shopee. Dapat disimpulkan bahwa pengguna Shopee tidak mengaktifkan metode pembayaran *PayLater* karena pengguna tidak mengetahui metode pembayaran ini dan cara menggunakannya. Alasan lainnya adalah metode pembayaran ini tentunya dikenakan bunga yang dianggap lebih mahal dibandingkan menggunakan metode pembayaran lain, seperti menambah saldo tanpa bunga menggunakan fitur Shopee Pay.

Manfaat yang ditawarkan fitur *paylater* ini tidak sebanding dengan resiko yang ada. Tidak sedikit jika banyak pengguna yang mengeluh bahwa menggunakan *paylater* akan menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari. Karena akan menimbulkan ketergantungan pada konsumen sehingga tagihan menjadi terlalu besar untuk dibayar (Asikin, 2021). Selain resiko secara umum, beberapa pengguna *marketplace* shopee yang menggunakan shopee *paylater* yang juga mempunyai keluhan. Berdasarkan data yang penulis rangkum dari mediakonsumen.com, dari beberapa keluhan dengan topik Shopee *Paylater*, keluhan yang paling banyak dirasakan adalah akun shopee *paylater* dinonaktifkan dan tidak adanya kejelasan yang pasti dari

pihak shopee. Selebihnya adalah keluhan terkait permasalahan layanan *customer services*, penipuan dan penyalahgunaan akun shopee *paylater*.

Dalam konteks ini, mahasiswa menjadi salah satu bagian target pasar dari adanya kemajuan *fintech paylater*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hardika & Huda, 2021) porsi kebutuhan kelompok mahasiswa menjelaskan bahwa presentase pengeluaran gaya hidup terhadap responden memiliki 10,8% Hiburan (nonton konser), 37,7% *Travelling* (pemesanan tiket transportasi), 23,3% Nongkrong (pembelian F&B), 7,1% *Internet* (pembelian paket internet dan pulsa), 21,1% *Shopping* (belanja ber merk). Mengenali kebiasaan berbelanja yang sangat kompleks seperti, cenderung memiliki sifat *sophisticated* yang berarti memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang, terbuka dengan hadirnya teknologi, dan merasa bebas atas apa yang diinginkan terhadap kebutuhan. Dari kebiasaan berbelanja tersebut maka, populasi mahasiswa menjadi target pasar adanya kemajuan *fintech paylater* ini.

Dilansir dari *Katadata.co.id*, Ratusan mahasiswa ITB jadi korban penipuan, lalu terjatuh pinjaman *online* hingga ratusan juta. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyampaikan, 121 mahasiswa ITB atau Institut Pertanian Bogor menjadi korban penipuan berkedok penjualan online. Imbas kejahatan ini, mereka terseret pinjaman online atau pinjol. Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank OJK, Ogi Prastomiyono menyampaikan, 121 mahasiswa IPB ini mengajukan 197 kali pinjaman. Artinya, ada mahasiswa yang meminjam lebih dari sekali. "Total pinjaman

Rp 650,19 juta. Dengan tagihan tertinggi Rp 16,09 juta,”. Data ini diperoleh dari Posko Pengaduan Satgas Waspada Investasi di IPB per 23 November.

Mahasiswa IPB itu mengajukan kredit ke platform pinjaman online resmi atau teknologi finansial pembiayaan (*fintech lending*). Rinciannya sebagai berikut: 31 mahasiswa meminjam di Akulaku dengan outstanding pinjaman Rp 66,17 juta, 74 mahasiswa meminjam di Kredivo dengan outstanding pinjaman Rp 240,55 juta, 51 mahasiswa meminjam di *Spaylater* di Shopee dengan outstanding pinjaman Rp 201,65 juta, 41 mahasiswa meminjam di *Spinjam* di Shopee dengan outstanding pinjaman Rp 141,81 juta, OJK pun berkomunikasi dengan perusahaan-perusahaan tersebut untuk penyelesaian tunggakan secara baik-baik. Ratusan mahasiswa IPB ini pun berhasil mendapat keringanan atau restrukturisasi pinjaman. Relaksasi tersebut berupa restrukturisasi penghapusan pokok, bunga, dan denda sesuai kebijaksanaan dari masing-masing perusahaan atau platform. OJK menginvestigasi potensi pelanggaran dari keempat platform. Hasilnya, tidak menemukan indikasi pelanggaran perlindungan konsumen dari pihak Pelaku Usaha Jasa Keuangan (PUJK) kepada konsumen atau korban. Kasus ini merupakan penipuan berkedok investasi dengan mengarahkan para mahasiswa melakukan pinjaman di perusahaan pembiayaan dan *fintech lending* legal, kemudian uangnya digunakan untuk transaksi di toko online yang diindikasikan terafiliasi dengan pelaku penipuan (Setyowati, 2022).

Dari fenomena diatas penting untuk mengetahui keberhasilan penerapan penggunaan pembayaran *paylater*. Salah satu faktor yang

menentukan keberhasilan suatu sistem yang diterapkan adalah faktor penerimaannya, yaitu setuju atau tidaknya pengguna untuk menggunakan sistem baru tersebut (Hidayat et al., 2020).

Beberapa penelitian serupa telah mencoba mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap aplikasi suatu sistem. (Mukminin et al., 2019) dengan penelitiannya yaitu faktor-faktor penerimaan yang mempengaruhi pengguna *paylater* pada aplikasi Traveloka menghasilkan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Sosial Influence*, dan *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* atau minat perilaku penggunaan aplikasi Traveloka.

Selain penelitian diatas, terdapat penelitian serupa yang membahas penerimaan pengguna ovo *paylater*. Hasil penelitian tersebut adalah *Performance Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention* atau niat untuk menggunakan ovo *paylater*. Sedangkan *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan ovo *paylater* (Mooduto & Mariam, 2020).

Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT) merupakan model penelitian yang dikembangkan oleh (Venkatesh, 2003) untuk menguji penerimaan pengguna (*use acceptance*) terhadap teknologi informasi. Model penelitian UTAUT menggabungkan beberapa teori penerimaan teknologi untuk menciptakan variabel yang berfungsi sebagai

prediktor langsung (*direct predictor*) dan perilaku pengguna (*use behaviour*) terhadap penerimaan teknologi. Variabel-variabel tersebut meliputi *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*.

Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT 2) merupakan perluasan dari model penelitian sebelumnya yaitu UTAUT yang mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen dengan menambahkan tiga komponen yang meliputi *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. *Hedonic motivation* mengacu pada kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu teknologi/sistem yang mempengaruhi perilaku konsumen. *Price value* adalah keseimbangan antara manfaat yang dirasakan aplikasi bagi pengguna. Variabel ini juga mengacu pada biaya yang akan dikeluarkan konsumen untuk penggunaan teknologi, tergantung pada sifat hasil yang diperoleh sehubungan dengan biaya yang dikeluarkan. *Habit* didefinisikan sebagai kebiasaan pengguna (*user*) dalam melakukan kebiasaan dalam menggunakan system informasi secara otomatis karena telah melewati proses pembelajaran (Venkatesh et al., 2011).

Keputusan pengguna sangat kuat kaitannya dengan keputusan pengguna untuk tetap menggunakan suatu layanan atau teknologi informasi dan mempengaruhi frekuensi penggunaan sistem atau disebut dengan perilaku penggunaan (Maharani, 2021). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar variabel pada UTAUT 2 mempunyai korelasi positif

dan pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan kembali (Eka & Andarini Sonja, 2022)

Alasan peneliti menggunakan model tersebut adalah karena model UTAUT bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam penerimaan dan menggunakan suatu teknologi. Berdasarkan fenomena perkembangan *financial technology* atau *Fintech* yang berkembang pesat pada saat ini dan memiliki pengaruh terhadap mahasiswa, maka penelitian ini mengambil judul ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna *Fintech Paylater* Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Thecnology* (UTAUT) (Studi kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Pancasakti Tegal).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital shopeepay latter?
- b. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital shopeepay latter?
- c. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital shopeepay latter?
- d. Apakah *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital shopeepay latter?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital *shopeepay latter*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital *shopeepay latter*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital *shopeepay latter*.
- d. Untuk mengetahui pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioural intention* penggunaan dompet digital *shopeepay latter*.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengusulkan model yang dapat digunakan untuk mengukur minat pengguna *Paylatter* serta menjadi alternative bagi penelitian selanjutnya maupun berbagai pihak dalam memahami tingkat penerimaan pengguna terhadap minat pengguna untuk terus menggunakan suatu layanan.

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai variabel apa saja yang dapat mempengaruhi minat penerimaan pengguna menggunakan suatu

layanan Shopee *Paylater* terhadap minat dan keputusan pengguna itu sendiri untuk melanjutkan penggunaan layanan tersebut.

B. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal dan bagi universitas lainnya, sebagai tambahan wawasan mengenai *fintech paylater*, dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memutuskan penggunaan teknologi tersebut.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Universitas Pancasakti Tegal sebagai bahan referensi dan bacaan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *fintech paylater*, dan pentingnya mempertimbangkan dalam penggunaan teknologi tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

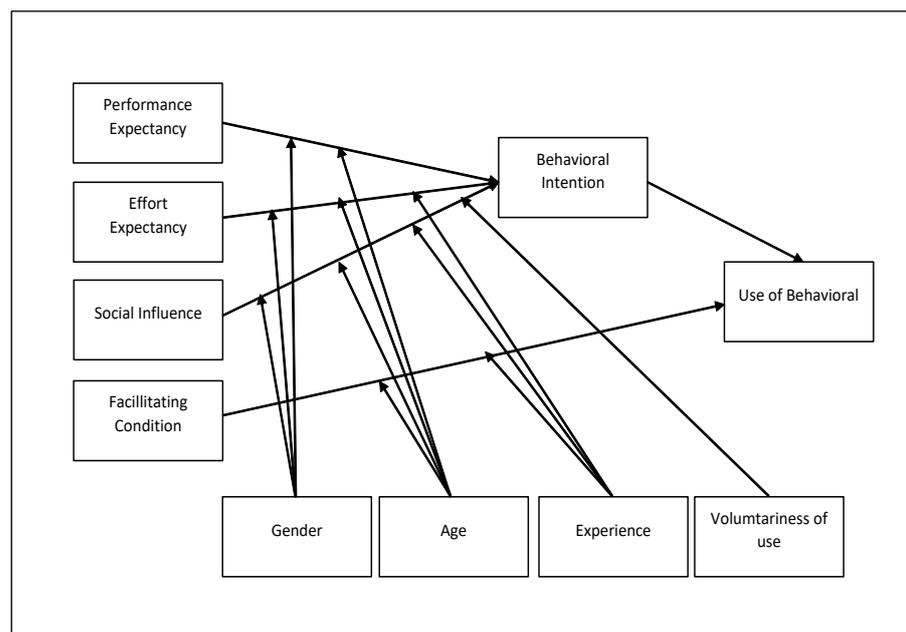
A. Landasan Teori

1. *Unified Theory of Accptance and Use of Technology* (UTAUT)

Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) merupakan skema yang dibangun oleh (Venkatesh et al., 2003) untuk memperkirakan penerimaan teknologi dalam lingkungan organisasi. UTAUT berkembang dengan menggabungkan wujud dominan dari delapan model yang sebelumnya berotasi pada perilaku manusia sampai ilmu teknologi. Delapan model tersebut adalah *Theory of Reasoned* (TRA), *Thechnology Acceptance Model* (TAM), *Motivasional Model* (MM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Combined TAM and TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT) (Venkatesh et al., 2003).

Model UTAUT adalah gabungan dari sifat-sifat yang berhasil dari kedelapan model penerima teknologi sebelumnya menjadi satu teori. Kemudian menurut (Venkatesh et al., 2003) UTAUT mengemukakan empat elemen utama yang mempengaruhi niat dan penggunaan teknologi informasi yaitu, *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) seberapa percaya seseorang bahwa sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerja sistem secara keseluruhan, *effort expectancy* (ekspektasi usaha) seberapa mudah seseorang menganggap

penggunaan teknologi tersebut, *social influence* (pengaruh sosial) seberapa banyak pengaruh orang lain dalam mempengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut dan *facilitating conditions* (fasilitas kondisi) sejauh mana seseorang merasa bahwa kondisi-kondisi yang mendukung tersedianya untuk menggunakan teknologi tersebut. Elemen-elemen ini secara holistik mencerminkan seberapa percaya individu bahwa teknologi dapat memberikan manfaat, memudahkan pekerjaan, diterima oleh lingkungan sosial, dan mudah untuk digunakan. (Venkatesh et al., 2003)



Gambar 2.1

Kerangka model UTAUT

Sumber: (Venkatesh et al., 2003)

Berdasarkan uji lapangan di empat perusahaan dari industri yang berbeda, UTAUT mencapai efisiensi sebesar 70%, sehingga memenuhi syarat sebagai model yang lebih konseptual (Venkatesh et al., 2003). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa UTAUT merupakan model terbaik. Selain itu, meskipun penerapannya luas dibidang teknologi informasi, UTAUT telah terbukti dan bermanfaat di bidang lain. Beberapa bidang tersebut meliputi layanan kesehatan, Pendidikan, perbankan dan *e-commerce* (Al-Hujran & Migdadi, 2013).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadi salah satu alasan mengapa perlu dilakukan pengembangan dan inovasi model-model canggih. Oleh karena itu, UTAUT telah dikembangkan kedalam model baru yaitu UTAUT 2 yang diperluas dengan menambahkan 3 elemen baru yaitu, *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), dan *habit* (kebiasaan). Sehingga, model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* disusun atas tujuh elemen yang terdiri dari *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh social),

facilitating condition (fasilitas pendukung), *hedonic motivation* (motivasi hedonis), *price value* (nilai harga), dan *habit* (kebiasaan). (Venkatesh et al., 2016).

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan sebuah kerangka teoritis yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003 untuk mengestimasi penerimaan teknologi dalam konteks organisasi. UTAUT mengembangkan elemen-elemen yang dominan dari delapan model sebelumnya yang berkaitan dengan perilaku manusia dan teknologi. Elemen-elemen utama yang mempengaruhi minat dan penggunaan teknologi informasi, yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh social, dan fasilitas kondisi. Model ini menggambarkan seberapa percaya individu bahwa teknologi dapat memberikan manfaat, memudahkan pekerjaan, diterima oleh lingkungan sosial, dan mudah untuk digunakan. Dalam menghadapi perkembangan yang pesat, UTAUT berkembang menjadi UTAUT 2 dengan penambahan tiga elemen baru, yaitu motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Model ini menjadi lengkap dengan tujuh elemen yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi.

Namun, dalam beberapa penelitian fokus lebih ditunjukkan pada ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan fasilitas pendukung dari pada faktor kebiasaan. Hal ini menunjukkan bahwa

adaptasi model dapat bervariasi tergantung pada konteks dan tujuan penelitian tertentu. Dengan demikian, peneliti menggunakan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan fasilitas pendukung karena variabel tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap pengadopsian teknologi baru yang berhubungan dengan sikap individu dalam menentukan penggunaan sebuah teknologi.

Oleh karena itu, faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan *fintech paylater* sebagai jalan alternatif mahasiswa dalam mengatasi masalah keuangan dapat diteliti dengan model UTAUT. Model UTAUT akan digunakan untuk menganalisis seberapa minat penggunaan *e-commerce* dan *fintech paylater*.

2. *Financial Technology (Fintech)*

Fintech merupakan salah satu inovasi dibidang *financial* yang mengacu pada teknologi moder yang awalnya membayar atau bertransaksi secara tatap muka dan membawa sejumlah uang tunai, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan transaksi pembayaran yang dapat dilakukan hanya dalam hitungan detik (Ansori, 2019). Dalam pengertian yang lebih luas, *Fintech* juga dapat didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model-model bisnis, aplikasi bisnis proses atau produk-produk yang berdampak signifikan dalam aktivitas bisnis yang terkait dengan penyediaan layanan keuangan (Hiyanti et al., 2019).

Sedangkan menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) *Fintech* adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Produk *fintech* biasanya berupa suatu sistem yang dibangun guna menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (OJK, 2016).

Menurut Artika & Shara, (2021) Industri *fintech* dapat berkembang karena beberapa faktor diantaranya:

- a. Adanya perubahan pola pikir konsumen, perubahan ini ditandai dengan kebutuhan yang semakin banyak dalam masyarakat tetapi masyarakat ingin mendapatkan dengan cara praktis dan mudah. Hal ini mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan *fintech* untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara yang instan dan mulai meninggalkan sisten konvensional yang harus dating kepada penjual.
- b. Kemajuan digital, digitalisasi merupakan perubahan terhadap sistem lama yang tidak modern. Saat ini, digitalisasi telah digunakan pada banyak produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan semakin canggihnya *smartphone* dan tersebar luas di masyarakat, masyarakat dapat menunjang aktivitas dan kebutuhannya dengan lebih mudah.
- c. Perubahan *trend*, perkembangan dan inovasi yang cepat dan berkelanjutan mendorong perubahan dan kecepatan dalam proses sosial.

- d. Menurunnya loyalitas terhadap merk dan institusi, saat ini, risiko pengambilan keputusan pembelian produk tidak lagi dipengaruhi oleh merek dan perusahaan, namun keputusan pembelian semakin cepat dan terfokus pada penawaran produk dan layanan.
- e. Akses yang semakin mudah, keterbukaan layanan dan sistem informasi membuat pertukaran lebih mudah diakses. Perkembangan pendekatan ini didorong oleh perkembangan teknologi yang membuka segmen pasar baru.
- f. Penawaran produk yang menguntungkan, jika produk yang ditawarkan bermanfaat maka akan menguntungkan, mengkonversi dan menarik pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.
- g. Dukungan kebijakan dari pemerintah, dalam hal ini, kebijakan pengawasan pemerintah menjadi penting untuk membantu perkembangan industri *fintech* dan mendorong pembangunan berkelanjutan.

Menurut Pambudi, (2019) Ada beberapa klasifikasi *fintech* di Indonesia menurut Bank Indonesia (BI), antara lain:

1) *Peer-to-peer lending* (P2P) dan *Crowdfunding*

Peer to peer landing adalah layanan pinjaman dana kepada masyarakat yang berasal dari masyarakat itu sendiri maupun dari perusahaan penyedia layanan. Sedangkan, *Crowdfunding* adalah jenis *fintech* yang melakukan penggalangan dana dengan

menggunakan teknologi untuk membiayai suatu karya atau menyumbang korban bencana.

- 2) Market layanan *fintech* yang menyediakan beragam informasi layanan keuangan.
- 3) Manajemen resiko dan informasi yaitu perencanaan keuangan berbentuk digital.
- 4) *Payment, Clearing* dan *Sattlement* yaitu produk *fintech* yang memberikan pelayanan seperti *e-wallet* ataupun *payment gateway*.

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *fintech* inovasi dibidang keuangan yang mengacu pada penggunaan teknologi modern untuk melakukan transaksi keuangan, yang awalnya dilakukan secara tatap muka dan tunai, kini dapat dilakukan secara jarak jauh dan dalam hitungan detik. Definisi *fintech* mencakup inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang menghasilkan model bisnis, aplikasi bisnis, dan produk-produk yang signifikan dalam aktivitas bisnis terkait dengan layanan keuangan. Dengan demikian, *fintech* telah menjadi bagian penting dari industry keuangan dengan potensi untuk terus berkembang dan mengubah cara transaksi keuangan dilakukan (Ansori, 2019; Hiyanti et al., 2019; OJK, 2016).

3. Dompot Digital ShopeePay pada Aplikasi Shopee

ShopeePay merupakan layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran online di platfrom Shopee. Atau aplikasi yang menyediakan kemudahan pengoperasian sehari-hari

untuk pembayaran nyaman dan transfer gratis. Pengguna dapat melakukan transfer saldo baik ke sesama pengguna ShopeePay ataupun ke beragam rekening bank tujuan, bayar belanjaan dengan QRIS, top up pulsa, dan bayar tagihan. ShopeePay yang diluncurkan pada Januari 2019 ini didirikan oleh PT Airpay Internasional Indonesia yang telah mendapatkan lisensi Bank Indonesia pada Agustus 2018 berdasarkan Surat Bank Indonesia No. 20/293/DKSP/Srt/B (Falah, 2021).

Didalam penggunaannya ShopeePay bisa digunakan dengan mengunduh aplikasi e-commerce Shopee yang didalamnya terdapat fitur shopeepay dan bisa untuk berbagai jenis transaksi pembayaran dan tagihan. Kebutuhan transaksi pengguna shopeepay dapat menggunakan saldo yang tersimpan untuk memenuhi kebutuhan transaksi non tunai mereka. Konsumen bisa menggunakannya pada toko fisik atau online e-commerce yang sudah bekerjasama (Handayani & Sulaeman, 2022).

ShopeePay *Latter* atau *SPaylater* merupakan metode pembayaran yang disediakan PT Commerce Finance di dalam aplikasi shopee yang melayani metode pembayaran dengan cara cicil tanpa membutuhkan kartu kredit mulai dari tenor 1 bulan sampai 12 bulan untuk berbelanja di platform shopee dengan suku bunga 0% - 2,95%. *Spaylater* juga sangat mudah dan nyaman digunakan, hanya dengan menggunakan Kartu Tanda Penduduk (KTP) pengguna langsung bisa mengakses fitur tersebut (Damayanti & Canggih, 2021).

Sedangkan menurut Utami, (2021) *ShopeePay Latter* adalah metode pembayaran dengan menggunakan dana talangan dari perusahaan aplikasi shopee, shopee paylatter ini juga menawarkan berbagai produk pinjaman dana dengan pinjaman awal nol persen tanpa ada minimal transaksi.

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Shopeepay adalah layanan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran online di platfrom shopee, layanan ini menyediakan kemudahan pengoperasian sehari-hari untuk pembayaran nyaman dan transfer gratis. Sedangkan, shopeepay *latter* metode pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja di platfrom shopee dengan cara cicilan tanpa memerlukan kartu kredit, dengan tenor mulai dari 1 bulan hingga 12 bulan dengan suku bunga antara 0% - 2,95% (Falah, 2021; Handayani & Sulaiman, 2022; Damayanti & Canggih, 2021; Utami, 2021).

4. Minat Penggunaan *Fintech Paylatter*

Minat menggunakan adalah bentuk dari suatu keinginan untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu produk atau layanan karena adanya kesesuaian antara motif kebutuhan dengan karakteristik produk atau layanan tersebut. Minat menggunakan kembali dapat diartikan sebagai apa yang dirasakan seorang individu atau tingkat kecenderungan seseorang dalam menggunakan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Sedangkan menurut Piarna et al., (2020), Minat

mencerminkan tingkat kecenderungan seseorang dalam menggunakan teknologi. Maksudnya adalah seseorang akan melakukan suatu perilaku bila memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya. Begitu pula dengan teknologi, penggunaan suatu teknologi didasarkan keinginan atau harapan pengguna yang di pengaruhi oleh tindakan pengguna dan manfaat teknologi tersebut disadari oleh pengguna yang telah menggunakannya.

Sedangkan menurut Mowen, (2012) dalam (Achiriani & Hasbi, 2021) Minat adalah keinginan konsumen dalam berperilaku atau bertindak dengan cara tertentu yang bertujuan untuk kepemilikan, pembuangan, dan penggunaan produk atau jasa.

Dalam konteks *fintech paylater*, dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan mengacu pada ketertarikan individu untuk memanfaatkan layanan *paylater* atau produk sejenis yang memungkinkan pembayaran dalam jangka waktu tertentu dengan bunga atau biaya tambahan. Semakin mudah dan relevan layanan tersebut bagi pengguna, semakin tinggi minat penggunaan akan muncul.

Minat penggunaan dapat diukur dengan beberapa indikator, menurut Mooduto & Mariam, (2020) indikator tersebut adalah:

1. Berencana menggunakan sistem secara berkelanjutan
2. Berniat menggunakan sistem
3. Mencoba menggunakan sistem

5. *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kinerja)

a. Definisi *Performance Expectacy*

Performance expectancy merupakan tingkat keyakinan seseorang dalam menggunakan teknologi dimana teknologi tersebut dapat memberikan manfaat atas aktivitas yang dilakukan. Ketika suatu teknologi dapat memberikan manfaat dan kemudahan pada aktivitas penggunaannya seperti membantu menghemat waktu, uang, dan tenaga, maka hal tersebut dapat menjadi alasan dan pemicu munculnya minat menggunakan kembali teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003).

Sedangkan menurut Mustaqim et al., (2018) *Performance expectancy* atau ekspektasi kinerja adalah harapan kinerja dari suatu sistem atau seberapa tinggi kepercayaan seseorang dalam menggunakan sistem tersebut untuk membantu mendapatkan keuntungan kinerja dalam bekerja.

Sedangkan menurut Oliveira et al., (2014) *Performance expectancy* dapat dikatakan bahwa tingkat dimana seorang individu percaya bahwa penerapan teknologi akan membantu untuk menunjang kinerja pekerjaannya. Variabel *performance expectancy* juga terbukti merupakan predictor yang pengaruhnya paling kuat terhadap penerimaan teknologi (Venkatesh et al., 2016).

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Performance expectancy* adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan suatu teknologi untuk memberikan manfaat dalam

aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan. Hal ini mencerminkan harapan kinerja individu terhadap sistem atau teknologi tersebut, dan seberapa tinggi kepercayaannya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau efisiensi dalam pekerjaan mereka. Dengan kata lain, *performance expectancy* menggambarkan sejauh mana seseorang yakin bahwa menerapkan teknologi akan memberikan kontribusi positif dalam mencapai tujuan atau tugas yang mereka kerjakan (Venkatesh et al, 2003; Mustaqim et al, 2018; Oliviera et al, 2014).

b. Indikator *Performance Expectancy*

Menurut (Venkatesh et al., 2003) merumuskan 5 indikator dari *performance expectancy*, yaitu:

1. Meningkatkan kinerja pekerjaan
2. Waktu yang dibutuhkan
3. Kualitas pekerjaan dan mempermudah pekerjaan
4. Meningkatkan efektivitas

6. *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha)

a. Definisi *Effort Expectancy*

Effort expectancy merupakan tingkat kemudahan untuk menggunakan sistem tertentu yang menunjukkan seberapa banyak usaha yang dilakukan oleh pengguna untuk menggunakan sistem. Hal ini mencerminkan betapa mudah atau sulitnya bagi pengguna untuk berinteraksi dengan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2003).

Sedangkan menurut Bayumi, (2023) *Effort expectancy* adalah suatu kemudahan pemakaian teknologi yang mempunyai pengaruh terhadap penggunaan teknologi tersebut. Hal ini berarti kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan rasa yang nyaman bila bekerja menggunakan teknologi tersebut. *Effort expectancy* juga diukur melalui dimensi seperti *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *complexity* (kompleksitas).

Sedangkan menurut Achiriani & Hasbi, (2021) *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna saat menggunakan suatu teknologi dalam melakukan transaksi online. Hal ini berhubungan dengan menggunakan system sangat mudah dipahami dan tanpa harus ada skill tertentu yang digunakan untuk mengoperasikan suatu teknologi.

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan untuk menggunakan sistem tertentu yang menunjukkan seberapa banyak usaha yang dilakukan oleh pengguna untuk menggunakan sistem. Hal ini mencakup seberapa banyak usaha yang dibutuhkan oleh pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. *Effort expectancy* mempengaruhi seberapa sering dan seberapa nyaman pengguna menggunakan teknologi tersebut. Dengan kata lain, semakin mudah pengguna merasakan penggunaan teknologi, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya dengan lancar dan nyaman, teruntuk dalam konteks transaksi online. Dengan

demikian, *effort expectancy* memainkan peran penting dalam persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem atau teknologi. (Venkatesh et al., 2003; Bayumi, 2023; Achiriani & Hasbi, 2021).

b. Indikator *Effort Expectancy*

Menurut Venkatesh et al., (2003) merumuskan 2 dimensi dari *effort expectancy*, yaitu:

1. *Perceived Ease of Use*, Tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem akan mudah dan tidak memerlukan usaha yang besar. Dengan penilaian item:

- Keterjaminan upaya menggunakan sistem
- Saya merasa sistem mempermudah dalam penggunaan
- Kemudahan dalam akses
- Saya memahami sistem yang mudah digunakan.

2. Kompleksitas, Tingkatan sistem dimana yang dipersepsikan relatif kompleks atau mudah digunakan. Dengan penilaian item:

- Menggunakan sistem yang memerlukan waktu yang lama untuk dipahami dan digunakan.
- Sistem dapat memberikan kemudahan.
- Bekerja dengan sistem jadi begitu kompleks, sulit di mengerti.

7. *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

a. Definisi *Social Influence*

Social influence merupakan tingkat keyakinan dimana untuk menunjang aktivitasnya, seseorang merasa orang-orang disekitarnya percaya mereka harus menggunakan teknologi tertentu. Dengan kata lain, *social influence* menunjukkan bahwa seseorang dapat menggunakan suatu teknologi karena dipengaruhi oleh orang lain, seperti keluarga, kerabat, teman, kolege, dan sebagainya. Ketika orang-orang disekitar memberikan *feedback* yang baik akan suatu teknologi, maka akan memunculkan kepercayaan yang akan memicu minat menggunakan kembali teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003).

Sedangkan menurut Kotler & Armstrong, (2012) *Social influence* atau pengaruh sosial adalah usaha yang dilakukan seseorang atau lebih untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku individu. *Social influence* dibentuk oleh dua dimensi, yaitu *subjective norms* dan *visibility*. *Subjective norm* adalah pengaruh sosial yang berhubungan dengan persepsi pengguna terhadap apa yang harus atau tidak boleh dilakukan. Jika pengguna merasa bahwa dengan melakukan suatu hal akan memberikan dampak yang positif, maka konsumen akan memiliki sikap yang baik terhadap hal tersebut dan menimbulkan kepercayaan pada diri pengguna untuk mengikuti dan melakukan hal tersebut. *Visibility* adalah pengaruh sosial yang merefleksikan bahwa

keputusan pengguna dipengaruhi oleh bagaimana persepsi konsumen tersebut terhadap perilaku pengguna lain.

Sedangkan menurut Gunawan, (2019) *Social influence* adalah pengaruh dari lingkungan sosial pengguna. Lingkungan sosial dalam hal ini dapat merupakan lingkungan sosial secara umum, lingkungan dekat atau orang yang dianggap berpengaruh oleh pengguna teknologi tersebut.

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Social influence* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa orang-orang disekitarnya percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu untuk menunjang aktivitas mereka. Hal ini melibatkan usaha individu atau kelompok untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku individu terkait dengan penggunaan teknologi paylater. Pengaruh sosial ini dapat berasal dari lingkungan sosial pengguna dan dapat mempengaruhi seberapa besar kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003; Katler & Armstrong, 2012; Gunawan, 2019).

b. Indikator *Social Influence*

Menurut Venkatesh et al., (2003) merumuskan 4 indikator dari *social influence*, yaitu:

1. Behavioral belief
2. Normative belief
3. Perilaku konsumen lain

4. Pengaruh lingkungan

8. *Facilitating Conditions* (Fasilitas Pendukung)

a. Definisi *Facilitating Conditions*

Menurut Venkatesh et al., (2012), *Facilitating Conditions* atau Kondisi yang memfasilitasi adalah tingkat keyakinan yang dimiliki seseorang bahwa dia akan mendapatkan bantuan atau dukungan dari organisasi dan infrastruktur teknis ketika menggunakan sistem. Ketika terdapat dukungan fasilitas dan prasarana yang baik oleh penyediaan layanan suatu teknologi serta dalam praktiknya dapat mendukung penggunaan teknologi tersebut, maka akan memunculkan rasa nyaman dan percaya sehingga memicu minat menggunakan kembali teknologi tersebut (Madaniah & Gultom, 2023).

Sedangkan menurut Achmadi et al., (2024) *Facilitating conditions* dapat didefinisikan sebagai sejauh seorang individu percaya bahwa prasarana dan teknis yang ada untuk mendukung penggunaan teknologi. Dalam konteks penggunaan *fintech paylater* fasilitas pendukung yang harus dipenuhi adalah akses internet dengan menggunakan ponsel pintar.

Sedangkan menurut Achiriani & Hasbi, (2021) *Facilitating conditions* adalah sejauh mana pengguna teknologi percaya bahwa infrastruktur dan teknikal tersedia untuk mendukung teknologi. Hal ini mengacu pada tingkat keyakinan atau kepercayaan pengguna terhadap ketersediaan dan kerahasiaan komponen-komponen yang diperlukan

untuk operasional teknologi tersebut. Kepercayaan ini biasanya didapat mengalami pengalaman penggunaan yang konsisten, bukti nyata dari kinerja infrastruktur, ulasan dari pengguna lain, dan dukungan dari penyedia teknologi itu sendiri.

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Facilitating conditions* adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap dukungan yang akan mereka terima dari organisasi dan infrastruktur teknis sangat mempengaruhi penggunaan system atau teknologi. Hal ini mencakup keyakinan bahwa ada bantuan yang tersedia dari organisasi serta infrastruktur teknis yang memadai untuk mendukung penggunaan teknologi. Dalam konteks ini, kondisi yang memfasilitasi mencerminkan seberapa besar kepercayaan individu bahwa infrastruktur dan dukungan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi, yang pada mitra dapat mempengaruhi tingkat adopsi dan pemanfaatan teknologi. Jika pengguna merasa bahwa semua fasilitas pendukung ini terpenuhi, mereka akan lebih cenderung menggunakan dan mengandalkan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari atau bisnis mereka (Venkatesh et al.,2003; Achmadi et al,2024; Achiriani & Hasbi 2021).

b. Indikator *Facilitating Conditions*

Menurut Venkatesh et al., (2003) merumuskan 2 dimensi dari *facilitating conditions*, yaitu:

1. *Preceived behavioural control* (control persepsi perilaku), adanya sumber daya dari luar yang mempengaruhi penggunaan teknologi.
2. Fasilitas pendukung, adanya sumber pengetahuan dari luar untuk menggunakan teknologi.
3. *Compatibility* (kesesuaian), meningkatkan kesesuaian sistem dengan teknologi yang digunakan saat ini.

B. Penelitian Terdahulu

Sebelum mendalami penelitian lebih dalam, penulis melakukan tinjauan literatur yang relevan terkait dengan topik penelitian yaitu, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna *Fintech Paylater* terhadap Minat Penggunaan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptanse and Use of Thecnology (UTAUT)* Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal. Penelitian ini dapat menjadi referensi yang berguna dalam penelitian berikutnya.

Pada penelitian saat ini, menggunakan 10 (sepuluh) penelitian terdahulu yang sangat bermanfaat sebagai rujukan yang diantaranya sebagai berikut:

1. Mooduto & Mariam, (2020) melakukan penelitian tentang Penerimaan dan Penggunaan OVO *Paylater* dengan Menggunakan Model UTAUT. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Teknik *snowball sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai

koefisien sebesar 0,202 dan nilai *p-value* 0,022. *Social Influence* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai koefisien sebesar 0,332 dan nilai *p-value* 0,001. *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention* dengan nilai koefisien sebesar 0,252 dan nilai *p-value* 0,044. *Behavioral Intention* berpengaruh terhadap *Use Behavior* dengan nilai koefisien sebesar 0,934 dan nilai *p-value* 0,000. Sedangkan, *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*, hal ini dibuktikan dengan nilai *p-value* lebih dari 0,1 yakni 0,394.

2. Panjalu & Mirati, (2022) melakukan penelitian tentang Analisis Minat Pengguna Fitur *Paylater* pada Aplikasi Shopee. Hasil akhir pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kemudahan, pendapatan, dan *hedonic motivations* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee *PayLater*, sedangkan suku bunga tidak berpengaruh.
3. Maharani Nur Izzati & Noor, (2023) melakukan penelitian tentang Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee *Paylater* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, gaya hidup dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan shopee *paylater*. Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut valid dan reliabel.

4. Farizqi et al., (2022) melakukan penelitian tentang Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Shopee *Paylater* Di Bengkulu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peningkatan efektifitas berpengaruh terhadap minat pengguna shopee *paylater* di Bengkulu, Peningkatan produktifitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan shopee *paylater* di Bengkulu, Kecepatan persetujuan pinjaman berpengaruh positif terhadap minat penggunaan shopee *paylater*, Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan shopee *paylater* di Bengkulu.
5. Hafifah et al., (2022) melakukan penelitian tentang Analisis Faktor Yang Mempengaruhi *Behavioral Intention* Dan *User Behavioral* Pada *Fintech* Shopeepay Menggunakan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT). Hasil pengujian yang dilakukan mengindikasikan bahwa variabel *performance expectancy* dan *effort expectation* terhadap variabel *behavioral intention*, variabel *facilitating condition* dan *behavioral intention* terhadap *user behavior*. Kemudian hipotesis yang ditolak yaitu variabel *social influence* terhadap variabel *behavioral intention*.
6. Farhani, (2023) melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *Paylater* dengan Model UTAUT2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Effort expectancy*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Supporting Facility*, *Price Value*, *Hedonic motivation*, dan *Habits* secara parsial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *paylater* oleh mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta. Kemudian secara simultan hasil menunjukkan bahwa variabel *Effort expectancy*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Supporting Facility*, *Price Value*, *Hedonic motivation*, dan *Habits* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *paylater*.

7. Nasution & Munir, (2023) melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Paylater* dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan hubungan dengan niat menggunakan *paylater*, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *paylater*. Religiusitas sebagai moderator mampu memperlemah hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan gunakan pembayaran nanti. Literasi keuangan dan persepsi risiko minat menggunakan *paylater* tidak dapat dimoderasi variabel religiusitas
8. Agam et al., (2024) melakukan penelitian tentang Analisis Minat Fitur *Paylater* Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode UTAUT2 di Kalangan Remaja. Hasil pengujian yang dilakukan mengindikasikan bahwa variabel *perceived trust* terhadap UTAUT2 secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan

paylater oleh remaja. Kemudian, hipotesis yang ditolak, yaitu *Hedonic motivation*, *habit*, dan *price value* terhadap variabel UTAUT2.

9. Suharsono et al., (2023) melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Atome Di Kalangan Mahasiswa Universitas Surabaya. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa ekspektasi usaha, fasilitas pendukung, motivasi hedonis dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Atome, kemudian ekspektasi kinerja, pengaruh sosial dan harga tidak berpengaruh pada minat penggunaan aplikasi Atome.
10. Azzhari Lesmana & Ashfath, (2022) melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh *Performance Expectant* Dan *Effort Expectancy* Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jago Milik PT.Bank Jago Tbk. Penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik pengambilan data *non probability purposive sampling*. Penelitian ini mengambil sampel 100 responden pengguna Jago berdomisili Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh dan signifikan terhadap minat penggunaan. Sedangkan *performance expectancy* berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan. Selain itu, ditemukan pula hasil bahwa *performance expectancy* dan *effort expectancy* secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Jago milik PT. Bank Jago Tbk.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	(Mooduto & Mariam, 2020)	Penerimaan dan Penggunaan OVO Paylater dengan Menggunakan Model UTAUT	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance Expectancy</i> mempunyai pengaruh positif terhadap Behavioral Intention. • <i>Effort Expectancy</i> ditolak karena tingkat kemudahan ovo Paylater masih terbilang rendah. • <i>Sosial Influence</i> berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention. • <i>Facillitating Conditions</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Behavioral Intention. 	<p>Persamaan: Menggunakan Metode UTAUT, <i>Fintech Paylater</i></p> <p>Perbedaan: OVO Paylater, Menggunakan nonprobability sampling dengan Teknik <i>snowball sampling</i>.</p>
2.	(Panjalu & Mirati, 2022)	Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor <i>Effort expectancy</i> (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur PayLater pada aplikasi Shopee. • Faktor pendapatan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur 	<p>Persamaan: <i>Effort Expectancy, Behavioral Intention</i></p> <p>Perbedaan: Penelitian ini menggunakan variabel <i>hedonic motivation</i>, pendapatan dan suku bunga sebagai variabel X</p>

			<p><i>PayLater</i> pada aplikasi Shopee.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktor suku bunga (X3) tidak berpengaruh terhadap minat pengguna fitur <i>PayLater</i> pada aplikasi Shopee. • Faktor <i>hedonic motivations</i> (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna fitur <i>PayLater</i> pada aplikasi Shopee. • Faktor kemudahan, pendapatan, suku bunga, dan <i>hedonic motivations</i> berpengaruh secara simultan terhadap minat pengguna fitur <i>PayLater</i> pada aplikasi Shopee. 	
3.	(Maharani Nur Izzati & Noor, 2023)	Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel kepercayaan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan <i>shopee paylater</i>. • Variabel <i>lifestyle</i> dapat berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan <i>shopee paylater</i>. • Variabel <i>social influence</i> dapat berpengaruh 	<p>Persamaan: <i>Social Influence, Minat</i></p> <p>Perbedaan: Penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan dan <i>lifestyle</i> sebagai variabel X dan menggunakan pendekatan <i>TPB</i></p>

			secara signifikan terhadap minat penggunaan shopee <i>paylater</i> .	
4.	(Farizqi et al., 2022)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Shopee <i>Paylater</i> Di Bengkulu	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan efektifitas berpengaruh terhadap minat pengguna shopee <i>paylater</i> di Bengkulu. • Peningkatan produktifitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan shopee <i>paylater</i> di Bengkulu. • Kecepatan persetujuan pinjaman berpengaruh positif terhadap minat penggunaan shopee <i>paylater</i>. • Keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan shopee <i>paylater</i> di Bengkulu. 	<p>Persamaan: Menggunakan variabel Minat sebagai Variabel dependen, Menggunakan Model UTAUT.</p> <p>Perbedaan: Kecepatan persetujuan pinjaman, Peningkatan Efektifitas, Peningkatan Produktifitas, Kemampuan membayar, Keamanan.</p>
5.	(Hafifah et al., 2022)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Pada Fitech ShopeePay Menggunakan Model UTAUT	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioural intention</i>. • <i>Effort expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioural intention</i>. • <i>Sosial Influence</i> tidak memiliki 	<p>Persamaan: <i>Performance expectancy</i>, <i>Effort expectancy</i>, <i>Social Influence</i>, <i>Facillitating condition</i>.</p> <p>Perbedaan: smartPLS</p>

			<p>pengaruh terhadap <i>behavioural intention</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Facillitating condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioural intention</i>. 	
6.	(Farhani, 2023)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan <i>Paylater</i> dengan Model UTAUT2	<ul style="list-style-type: none"> • Secara persial, semua variabel independent yakni ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh social, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, kebiasaan dan nilai harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>paylater</i>. 	<p>Persamaan: <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Inflience.</i></p> <p>Perbedaan: Menggunakan model UTAUT2</p>
7.	(Nasution & Munir, 2023)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Paylater</i> dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Literasi keuangan memiliki hubungan positif signifikan terhadap minat menggunakan <i>paylater</i>. • Kemudahan penggunaan memiliki hubungan positif signifikan terhadap minat menggunakan <i>paylater</i>. • Sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat 	<p>Persamaan: Menggunakan Variabel Minat Terhadap Penggunaan Fintech <i>Paylater</i></p> <p>Perbedaan: Menggunakan Model <i>TAM</i> dan Teori <i>TPB</i>.</p>

			<p>menggunakan <i>paylater</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kehadiran religiusitas sebagai moderasi mampu memperlemah hubungan antara kemudahan terhadap minat menggunakan <i>paylater</i>. 	
8.	(Agam et al., 2024)	Analisis Minat Menggunakan Fitur <i>Paylater</i> pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode UTAUT2 di Kalangan Remaja	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>habit</i> tidak mempengaruhi <i>satisfaction</i> secara signifikan. • Variabel <i>hedonic motivation</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>satisfaction</i>. • Variabel <i>perceived trust</i> terhadap <i>satisfaction</i> diterima, sesuai dengan nilai path coefficient sebesar 0,487 yang artinya variabel tersebut memiliki nilai yang cukup besar. 	<p>Persamaan: Menggunakan variabel Minat sebagai variabel Y dan menggunakan pendekatan <i>likert</i>.</p> <p>Perbedaan: Menentukan variabel X dengan menggunakan model UTAUT2 dan menggunakan software SmartPLS sebagai alat pengukuran</p>
9.	(Suharsono et al., 2023)	Analisis Faktor-Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Atome Di Kalangan Mahasiswa Universitas Surabaya	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi atome. • <i>Effort expectancy</i> berpengaruh positif dan signifikan 	<p>Persamaan: <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facillitating Condition</i></p> <p>Perbedaan:</p>

			<p>terhadap minat penggunaan aplikasi atome dimana artinya H2 diterima.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Social influence</i> tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan atome. • <i>Facillitating condition</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi atome. • <i>Motivation hedonic</i> berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi atome. • <i>Price value</i> tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi atome. • <i>Habit</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi atome. 	<p>Menggunakan metode analisis Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan software SmartPLS</p>
10.	(Azzhari Lesmana & Ashfath, 2022)	<p>Analisis Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> dan <i>Effort Expectancy</i> Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jago Milik PT.Bank Jago Tbk.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance expectancy</i> berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan. • <i>Effort expectancy</i> berpengaruh dan 	<p>Persamaan: <i>Performance Expectancy, Effort Expectancy.</i></p> <p>Perbedaan: Tidak menggunakan <i>Facillitating</i></p>

			signifikan terhadap minat penggunaan.	<i>condition</i> dan <i>Social Influence</i> sebagai variabel X
--	--	--	---------------------------------------	---

C. Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam kerangka pemikiran yang telah diberikan, penelitian ini akan menggali hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *Fintech Paylater* dengan menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Berikut adalah kerangka penelitian konseptual yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti:

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan *ShopeePay Later*

Terdapat empat faktor dalam model UTAUT, salah satunya *performance expectancy*. Variabel *performance expectancy* terbukti merupakan prediktor yang pengaruhnya paling kuat dari sebuah niat pemakaian sistem informasi dan paling signifikan untuk seluruh pengukuran atas pemakaian, baik secara wajib ataupun secara sukarela terhadap penerimaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Hasil penelitian yang dilakukan (Suhendry, 2020) menjelaskan bahwa *performance expectancy* dinilai mempengaruhi *behavioral intention* secara signifikan, karena semakin meningkatnya manfaat yang dirasakan dalam penggunaan sistem, maka semakin meningkatkan minat pengguna menggunakan sistem. Didukung oleh hasil penelitian (Anisa & Ananda, 2019) berpendapat bahwa individu yang memiliki ekspektasi kinerja yang tinggi akan lebih berminat menggunakan sistem

informasi berbasis teknologi dari pada individu yang memiliki ekspektasi kinerja rendah, hal ini menunjukkan bahwa penelitian tersebut memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Azzhari Lesmana & Ashfath, 2022) menunjukkan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan Aplikasi Jago Milik Bank Jago.

Ada pula hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mooduto & Mariam, 2020) dengan 100 sampel pengguna *fintech OVO paylater* menunjukkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan *OVO paylater*, karena pengguna yang memiliki harapan kinerja yang tinggi mempunyai keinginan menggunakan *OVO paylater* dari pada pengguna yang memiliki harapan kinerja yang rendah. Dan penelitian yang di lakukan oleh (Farizqi et al., 2023) menyatakan bahwa pengaruh kecepatan persetujuan (ekspektasi kinerja) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan pinjaman online *shopeepay latter*. Hasil ini membuktikan bahwa semakin cepat ekspektasi kinerja maka minat menggunakan pinjaman online akan meningkat.

Berdasarkan dari penelitian (Suhendry, 2020; Anisa & Ananda, 2019; Azhari Lesmana & Ashfait, 2022; Moduto & Mariam, 2020; Fahrizqi et al, 2023), setuju bahwa *performance expectancy* memiliki

pengaruh positif terhadap *behavioural intentions* atau minat menggunakan kembali suatu teknologi.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan ShopeePay Latter

Faktor kedua dalam Model UTAUT yang berpengaruh signifikan dalam seluruh pengukuran atas pemakaian, yaitu *Effort Expectancy*. *Effort expectancy* merupakan tingkat kemudahan atau kesulitan yang dirasakan oleh penggunaan dalam menggunakan teknologi *Fintech Paylater* (Venkatesh et al., 2011). Saat pengguna merasa menggunakan *fintech paylater* mudah dan tidak membutuhkan banyak waktu dan tenaga dalam penggunaannya, maka mereka akan merasa lebih nyaman dan juga menunjukkan keinginannya untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan (Hidayat et al., 2020) menunjukkan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioural intention* dalam penggunaan teknologi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hafifah et al., 2022) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada *effort expectancy* terhadap *behavioural intention* dalam menggunakan *fintech shopeepay*. Hasil ini menunjukkan bahwa menggunakan *fintech shopeepay* dapat meningkatkan kemudahan dalam menggunakan sistem serta mengurangi upaya tenaga dan waktu dalam melakukan aktivitasnya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Mooduto & Mariam, 2020) dan (Panjalu & Mirati, 2022) menyatakan bahwa *effort expectancy* secara persial berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin mudahnya suatu teknologi untuk dijalankan, maka hal tersebut akan menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Dalam penelitian yang dilakukan (Farhani, 2023) memberikan hasil variabel *effort expectancy* menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylatter*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa tidak kesulitan dalam mempelajari cara penggunaan *paylatter*.

Berdasarkan dari penelitian (Hidayat et al, 2020; Hafifah et al, 2022; Moodutu & Mariam, 2020; Panjalu & Mirati, 2022; Farhani, 2023), sepakat bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioural intentions* atau minat menggunakan kembali suatu teknologi.

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan *ShopeePay Latter*.

Social Influence merupakan tingkat pengaruh orang-orang di sekitar pengguna terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan *Fintech Paylatter*. Sebagai makhluk sosial, manusia cenderung mendengarkan saran orang lain dalam mengambil keputusan, seperti informasi penggunaan suatu teknologi baru. Artinya, informasi dan pengaruh dari orang-orang di sekitar seperti, saudara-saudara, teman,

kerabat dan rekan kerja dapat mempengaruhi minat menggunakan kembali *fintech paylater*. Pada penelitian (Suhendry, 2020) membuktikan bahwa *social influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioural intention* atau penerimaan suatu teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pengaruh sosial dalam penggunaan sistem, maka semakin meningkatkan minat pengguna menggunakan sistem. Sejalan dengan penelitian (Mooduto & Mariam, 2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa *social influence* mempunyai pengaruh terhadap *behavioural intention* dalam penggunaan sistem *OVO paylater*. *OVO paylater* dipengaruhi oleh dukungan orang sekitar, dukungan lingkungan, saran, dan rekomendasi orang lain yang menggunakan sistem tersebut. Sehingga faktor pengaruh sosial dapat mempengaruhi seseorang menggunakan sistem tersebut.

Maharani Nur Izzati & Noor, (2023) meneliti variabel yang sama yaitu *social influence* dengan hasil terdapat pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *shopee paylater*. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hafifah et al., 2022) dan (Suharsono et al., 2023) yakni semakin tinggi pengaruh sosial, maka penggunaan suatu teknologi semakin meningkat, karena dengan adanya ajakan serta pengaruh dari kelompok disekitarnya dapat memberikan pengaruh perilaku serta pola pikir individu untuk menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan dari penelitian (Suhandry, 2020; Mooduto & Mariam, 2020; Maharani Nur Izzati & Noor, 2023; Hafifah et al, 2022; Suharsono et al, 2023), setuju bahwa *social influence* dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioural intentions* atau minat menggunakan kembali suatu teknologi.

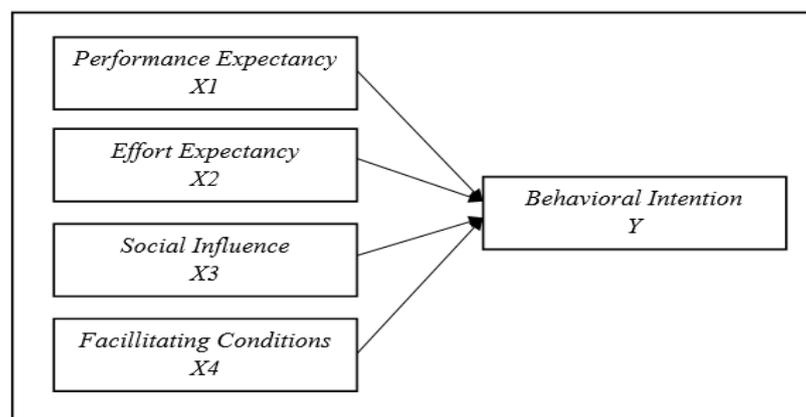
4. Pengaruh *Facillitating Conditions* terhadap *Behavioral Intention* (Minat Menggunakan Kembali) Penggunaan *Shoepay Latter*.

Facillitating conditions merupakan tingkat keyakinan pengguna terhadap ketersediaan dukungan dan infrastruktur yang memfasilitasi penggunaan suatu teknologi terutama *Fintech Paylatter* (Venkatesh et al., 2016). Artinya, apabila perusahaan Shopee dapat menyediakan sarana dan prasarana untuk mendukung penggunaan penuh *fintech paylatter* ini, maka kemungkinan akan meningkatkan minat penggunaan kembali fitur *fintech paylatter* tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mayanti, 2020) menyatakan bahwa *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *behavioural intention* penggunaan suatu teknologi. Dalam penelitian yang dilakukan Vivi Eviana & Saputra, (2022) *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *paylatter*. Hasil ini menunjukkan bahwa *facilitating conditions* menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong minat individu dalam menggunakan suatu sistem. Karena, apabila terdapat fasilitas yang dapat mendukung dalam penggunaan *fintech paylatter* , maka individu juga akan semakin tinggi minatnya

dalam menggunakan *fintech paylater*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Mooduto & Mariam, 2020) bahwa *facilitating conditions* berpengaruh terhadap *behavioural conditions*. Maka, dapat dikatakan bahwa semakin baik infrastruktur organisasi dan teknis yang ada untuk mendukung sistem, maka akan semakin tinggi pula minat penggunaan untuk menggunakan suatu sistem.

Penelitian mengenai pengaruh dari *facilitating conditions* dalam penggunaan *fintech paylater* semakin dikuatkan oleh penelitian dari Hafifah et al., (2022) dan Suharsono et al., (2023) yang mana menuturkan bahwa fasilitas pendukung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan teknologi. Dalam penggunaan teknologi, fasilitas pendukung yang ada akan ikut mempengaruhi keputusan penggunaan. Fasilitas pendukung ini mengacu pada kondisi yang berkaitan dengan kesesuaian sumber daya yang tersedia dan dukungan bagi individu untuk menggunakan teknologi.

Berdasarkan dari penelitian (Maryanti, 2020; Vivi Eriana, 2020; Mooduto & Mariam, 2020; Hafifah et al, 2020; Suharsono et al, 2023), sepakat bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioural intentions* atau minat menggunakan kembali suatu teknologi.



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. (Sugiyono, 2020 : 99)

Pada penelitian ini hipotesis yang di peroleh adalah:

H1: *Performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna shopeepay latter.

H2: *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna shopeepay latter.

H3: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna shopeepay latter.

H4: *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna shopeepay latter.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki populasi dan sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistic bertujuan untuk menguji hipotesis yang di tetapkan (Sugiyono, 2020:16)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode utama untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data berupa angka dan statistic untuk mengungkap pola, hubungan, dan tren yang terjadi di dalam fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2020:17)

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penulis ingin mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi fintech paylater di masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan ini, penulis dapat mengumpulkan data secara sistematis dan objektif dari responden yang representative, menganalisis hubungan antara variable-variabel yang telah ditetapkan dalam kerangka konseptual, dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan alat statistik yang tepat.

Salah satu keuntungan dari pendekatan kuantitatif adalah kemampuannya untuk memberikan hasil yang dapat diukur secara numerik, sehingga memungkinkan penulis untuk membuat generalisasi yang lebih luas tentang populasi yang diteliti. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang perilaku penggunaan *Fintech Paylater* di kalangan masyarakat, serta dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pengembangan layanan *fintech* di masa depan.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Populasi dapat didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020:126)

Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal dengan jumlah 1.945 mahasiswa.

Tabel 3.1

Populasi Mahasiswa FEB

No	Prodi	Jumlah
1	S1 Akuntansi	592
2	S1 Manajemen	1.276
3	S1 Bisnis Digital	54
4	D3 Manajemen Perpajakan	23
	Grand Total	1.945

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti hanya mengambil sampel (Sugiyono, 2020 :127) Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili). Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Simple random sampling*, dimana sampel diambil dengan secara acak dari suatu populasi.

Teknik *Simple Random Sampling* dapat dijelaskan menjadi proses pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan starta yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2020:129). Adapun kriteria dalam pengambilan sampel, yaitu:

1. Mahasiswa aktif dari 4 program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Pengguna Aplikasi E-commerce Shopee.
3. Pernah menggunakan metode pembayaran shopee *paylatter*.

Dikarenakan sasaran populasi yang sangat luas sehingga penulis hanya mengambil sampel dari keseluruhan populasi. Pada penelitian ini mahasiswa fakultas FEB Universitas Pancasakti Tegal dijadikan sebagai populasi, dimana jumlah populasi tersebut mencapai 1.945 maka, dalam menentukan jumlah sampel, dapat menggunakan *rumus slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

<i>Keterangan</i>	:	
$n =$		Jumlah Sampel
$N =$		Jumlah Populasi (1.945)
$E =$		Margen of error (10% atau 0,1)
$n =$		$\frac{1.945}{1 + 1.874(e)^2}$
$n =$		95,07 dibulatkan menjadi 100 reponden

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah minimum sampel yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 sampel.

C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel

Sebelum memulai penelitian, penulis melakukan tahapan penting dalam merumuskan variabel-variabel yang akan diteliti. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Dalam sebuah penelitian terdapat dua variabel yang ditentukan yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independent (X).

1. Definisi Konseptual Variabel

a. Variabel Dependen

Variabel dependen sering juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut

sebagai variabel terkait. Variabel terkait merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2020 :69)

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention* (minat menggunakan kembali). Menurut (Piarna et al., 2020) *Behavioral Intention* mencerminkan tingkat kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi.

b. Variabel Independen

Variabel Independen sering disebut juga sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut juga variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2020 :69)

Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Performance Expectancy

Performance expectancy adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan suatu teknologi untuk memberikan manfaat dalam aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan. Hal ini mencerminkan harapan kinerja individu terhadap sistem atau teknologi tersebut, dan seberapa tinggi kepercayaannya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau efisiensi

dalam pekerjaan mereka. Dengan kata lain, *performance expectancy* menggambarkan sejauh mana seseorang yakin bahwa menerapkan teknologi akan memberikan kontribusi positif dalam mencapai tujuan atau tugas yang mereka kerjakan (Venkatesh et al, 2003; Mustaqim et al, 2018; Oliviera et al, 2014).

2. *Effort Expectancy*

Effort expectancy adalah tingkat kemudahan untuk menggunakan sistem tertentu yang menunjukkan seberapa banyak usaha yang dilakukan oleh pengguna untuk menggunakan sistem. Hal ini mencakup seberapa banyak usaha yang dibutuhkan oleh pengguna untuk menggunakan sistem tersebut. *Effort expectancy* mempengaruhi seberapa sering dan seberapa nyaman pengguna menggunakan teknologi tersebut. Dengan kata lain, semakin mudah pengguna merasakan penggunaan teknologi, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya dengan lancar dan nyaman, teruntuk dalam konteks transaksi online. Dengan demikian, *effort expectancy* memainkan peran penting dalam persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem atau teknologi. (Venkatesh et al.,2003; Bayumi, 2023; Achiriani & Hasbi, 2021).

3. *Social Influence*

Social influence adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa orang-orang disekitarnya percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu untuk menunjang aktivitas mereka. Hal ini melibatkan usaha individu atau kelompok untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau tingkah laku individu terkait dengan penggunaan teknologi paylater. Pengaruh sosial ini dapat berasal dari lingkungan sosial pengguna dan dapat mempengaruhi seberapa besar kecenderungan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh et al., 2003; Katler & Armstrong, 2012; Gunawan, 2019).

4. *Facilitating Condition*

Facilitating conditions adalah tingkat keyakinan seseorang terhadap dukungan yang akan mereka terima dari organisasi dan infrastruktur teknis sangat mempengaruhi penggunaan sistem atau teknologi. Hal ini mencakup keyakinan bahwa ada bantuan yang tersedia dari organisasi serta infrastruktur teknis yang memadai untuk mendukung penggunaan teknologi. Dalam konteks ini, kondisi yang memfasilitasi mencerminkan seberapa besar kepercayaan individu bahwa infrastruktur dan dukungan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi, yang pada mitra dapat mempengaruhi tingkat adopsi dan pemanfaatan teknologi. Jika pengguna merasa bahwa semua fasilitas

pendukung ini terpenuhi, mereka akan lebih cenderung menggunakan dan mengandalkan teknologi tersebut dalam aktivitas sehari-hari atau bisnis mereka (Venkatesh et al., 2003; Achmadi et al., 2024; Achiriani & Hasbi 2021).

2. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono, (2020) adalah suatu proses mendefinisikan dan mengukur variabel penelitian dengan cara yang spesifik dan terukur. Operasionalisasi variabel dilakukan untuk memudahkan pengumpulan data dan menghindari perbedaan penafsiran serta membatasi ruang lingkup variabel. Dalam proses ini, peneliti harus mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati, sehingga variabel tersebut bersifat spesifik dan terukur.

Tabel 1.2

Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Pernyataan / pertanyaan	Skala	Sumber
Minat Penggunaan (Y)	1. Rencana	a. Perencanaan Penggunaan Paylater b. Perencanaan menggunakan kembali c. Rencana merekomendasikan kepada orang lain	1,2,3	Interval	(Venkatesh et al., 2003)
	2. Niat				

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Pernyataan / pertanyaan	Skala	Sumber
		a. Berniat menggunakan sistem b. Berniat aktif dalam menggunakan sistem c. Mencoba menggunakan sistem	4,5,6		
	3. Pengalaman	a. Pengalaman yang baik	7		
<i>Performance Expectancy (X1)</i>	1. Kegunaan	a. Meningkatkan kinerja pekerjaan. b. Waktu yang dibutuhkan c. Kualitas pekerjaan d. Mempermudah pekerjaan	1,2,3,4	Interval	(Venkatesh et al., 2003)
	2. Manfaat	a. Manfaat yang di berikan b. Kemudahan dalam penggunaan c. Meningkatkan efektivitas	5,6,7		
<i>Effort Expectancy (X2)</i>	1. <i>Perceived Ease of Use</i>	a. Keterjaminan Upaya b. Keterjaminan Proses c. Keterjaminan Akses	1,2,3	Interval	(Venkatesh et al., 2003)
	2. Keunggulan	a. Pemahaman Fitur	4		
	3. Kemudahan		5,6,7		

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Pernyataan / pertanyaan	Skala	Sumber
		<ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan penggunaan sistem b. Pengalaman penggunaan c. Kemudahan mengelola keuangan 			
<i>Social Influence (X3)</i>	1. Kekuasaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengaruh Sosial b. Status Sosial c. Pengaruh Opini d. Rekomendasi sosial 	1,2,3,4	Interval	(Venkatesh et al., 2003)
	2. Kemampuan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepercayaan dari pengguna lain b. Tanggapan positif dari pengguna lain c. Keamanan yang terjamin 	5,6,7		
<i>Facilitating Condition (X4)</i>	1. Kemudahan penggunaan yang dirasakan	<ul style="list-style-type: none"> a. Akses Mudah b. Keterjaminan Lokasi c. Keterjaminan Proses d. Tutorial 	1,2,3,4	Interval	(Venkatesh et al., 2003)
	2. Dukungan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepuasan pelanggan pada sistem 	5		
	3. Pengetahuan		6,7		

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item Pernyataan / pertanyaan	Skala	Sumber
		a. Informasi yang jelas b. Keamanan data.			

D. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulam data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (*Angket*)

Menurut Sugiyono, (2020), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bias di harapkan dari responden.

Dalam menentukan nilai jawaban digunakan skala *Likert* sebagai skala ukur. Skala *Likert* adalah alat untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena social. Tabel berikut merangkum spektrum tanggapan terhadap kuesioner.

Tabel 3.3

Skala Jawaban Kuesioner

No.	Jenis Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3

4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Studi Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2020), dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data perusahaan yang berhubungan dengan keperluan penelitian.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut uji validitas adalah pengujian instrumen untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *coefficient correlation person* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah angket yang disebarkan layak untuk dijadikan instrument penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid sehingga pertanyaan tersebut dapat digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengukur variabel penelitian.
- 2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid sehingga pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengukur variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran *One shot* dapat digunakan untuk melakukan uji reliabilitas. Dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Jika sebuah variabel menghasilkan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$, maka variabel tersebut dianggap reliabel. Nilai Cronbach Alpha $< 0,70$, maka variabel tersebut tidak valid (Ghozali, 2020:45-46).

F. Metode Analisis Data

Proses analisis data dari seluruh responden atau dari sumber lain dikenal dengan metode analisis data (Sugiyono, 2020). Dalam analisis data, hal ini meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data yang teliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Hasil pengujian yang akurat dan layak dipertimbangkan akan diperoleh melalui pemilihan

teknik analisis yang tepat dan memadai. Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif, yang dinyatakan dalam bentuk angka. Data penelitian akan dianalisis dengan menggunakan alat bantu statistik melalui program SPSS versi 25. Data akan disajikan dalam bentuk tabel untuk memudahkan analisis dan membuat data yang disajikan lebih sistematis untuk mendukung hasil penelitian.

1. Statistik Deskriptif

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS. Penggunaan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis dilakukan untuk menganalisis data. Statistik deskriptif memberikan informasi tentang variabel-variabel yang digunakan.

2. Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Jika variabel residual terdistribusi secara normal dan tingkat signifikannya lebih tinggi dari 0,05, maka H_0 diterima. Sebaliknya, variabel residual tidak berdistribusi normal jika nilai H_0 lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2020:161-163).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2020:107-110).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- 3) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai

tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $Tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians ini tetap, maka pengamatan adalah homoskedastisitas sedangkan jika berbeda, maka heteroskedastisitas. Model regresi dengan homoskedastisitas atau tanpa heteroskedastisitas dianggap baik. Jika pola tertentu yang muncul pada grafik scatterplot, seperti bola bergelombang atau melebar kemudian menyempit, maka hal ini dapat disebut sebagai homoskedastisitas. Jika terjadi heteroskedastisitas, hal ini ditunjukkan dengan pola lain. Sementara itu, heteroskedastisitas mengacu pada temuan banyak variasi ketika nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (Ghozali, 2020:136).

3. Uji Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono, (2024:307-308), analisis regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan peneliti untuk meramalkan bagaimana kondisi variabel terikat (naik turunnya) akan berubah ketika dua atau lebih variabel bebas diubah sebagai faktor prediktor (kenaikan nilai)

kesimpulannya. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini (regresi berganda).

Rumus:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan : Y = *Behavioral Intention (dependent variable)*

X₁ = *Performance Expectancy (independent variable)*

X₂ = *Effort Expectancy (independent variable)*

X₃ = *Social Influence (independent variable)*

X₄ = *Facilitating Conditions (independent variable)*

a = konstanta

β = koefisien untuk variabel X₁, X₂, X₃, X₄

e = *error of term*

4. Uji Hipotesis

a. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F memiliki tujuan mengidentifikasi semua variabel bebas dalam model yang secara bersamaan memenuhi variabel dependen. Uji statistik ini, yang menentukan apakah Y berhubungan secara linier dengan X₁, X₂, X₃, dan X₄, dikenal sebagai uji signifikansi keseluruhan dari garis regresi yang diamati atau diestimasi (Ghozali, 2020 : 98-99). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Apabila signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan tidak layak
- Apabila signifikan < 0,05 maka dapat dikatakan layak

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t pada dasarnya menggambarkan sejauh mana satu variabel penjelas atau independent menjelaskan varians yang diamati dalam variabel dependen (Ghozali, 2020 : 101). Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis uji t

$H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikatnya.

2. Kriteria berikut ini harus dipenuhi untuk menguji hipotesis dan menentukan nilai uji t : *p value* :

- H_0 diterima dan H_a ditolak, ketika $T_{hitung} < T_{tabel}$, atau nilai $sig > level\ of\ significant$ sebesar 0,05 yang menegaskan bahwa tidak adanya sebuah pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.
- H_0 ditolak dan H_a diterima, ketika $T_{hitung} > T_{tabel}$, atau nilai $sig < level\ of\ significant$ sebesar 0,05 yang menegaskan bahwa adanya sebuah pengaruh signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

3. Nilai T_{hitung}

T_{hitung} dengan menggunakan rumus:

$$T_{\text{hitung}} = \frac{b}{Se}$$

Dimana :

T_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien Regresi X

Se = Standar eror koefisien regresi X

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji statistik ini, yang menentukan apakah Y berhubungan secara linier dengan X1, X2, X3, dan X4, dikenal sebagai uji signifikansi keseluruhan dari garis regresi yang diamati atau diestimasi (Ghozali, 2020 : 98-99). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Apabila signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan tidak layak
- Apabila signifikan $< 0,05$ maka dapat dikatakan layak