

DAFTAR PUSTAKA

- Achiriani, P., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 8(1), 376–388.
- Achmadi, C. R., Nurrahman, A., Saputri, A., Nugraha, R. A. Z., Akuntansi, D. P., Yogyakarta, U. N., Jl, A., No, C., Malang, K., Depok, K., & Sleman, K. (2024). Peran Brand Trust , Facilitating Condition , Dan Behavioral Intention Terhadap Minat Investasi Pada Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital (JUMABEDI)*, 1(2).
- Agam, A. S., Indriyani, F., Bina, U., Informatika, S., Pusat, J., & Motivation, H. (2024). Analisis Minat Fitur Paylater Pada Aplikasi Shopee Menggunakan Metode UTAUT2 DiKalangan Remaja. *Jurnal Informatika Dan Komputer*, 12(1), 83–90. <https://doi.org/10.35508/jicon.v12i1.14933>
- Al-Hujran, O., & Migdadi, M. (2013). Public acceptance of m-government services in developing countries: The case of Jordan. *E-Government Implementation and Practice in Developing Countries*, 242–263. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-4090-0.ch011>
- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Anisa, F., & Ananda, F. (2019). Pengaruh Performance Expectancy Terhadap Minat Implementasi Sistem Pengelolaan Keuangan Daerah (SIPKD) di Pemkot Padang. *Jurnal Benefita*, 1(1), 137. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i1.3858>
- Annur, C. M. (2022). *Shopee Paylater, Layanan Paylater Paling Banyak Digunakan pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021>
- Ansori. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah. *Skripsi*, 1, 105–112.
- Aprilyan, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Risma*, Vol. 2 No., 292–306.
- Ardiyanto, F. (2020). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Facilitating Conditions Terhadap Use Behavior Melalui Behavioral Intention. *E-Proceeding of Management*.
- Artika, D., & Shara, Y. (2021). Analisis Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Kota Medan. *Indonesian*

- Journal of Business Analytics*, 1(2), 237–248.
<https://doi.org/10.54259/ijba.v1i2.78>
- Asikin, M. N. (2021). *Bikin Pusing, Waspada Risiko Gunakan Paylater dengan Cara yang Salah - Jawa Pos*. JawaPos.Com.
<https://www.jawapos.com/ekonomi/01340355/bikin-pusing-waspada-risiko-gunakan-paylater-dengan-cara-yang-salah>
- Azzhari Lesmana, R., & Ashfath, F. (2022). Analisis Pengaruh Performance Expectancy dan Effort Expectancy Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Jago Milik PT.Bank Jago Tbk. *Prosiding SNAM PNJ (2022)*.
- Badri, R. E., Asnusa, S., Pranyoto, E., Susanti, S., & Gunawan, A. (2012). Adoption of Sharia-Based Fintech Innovation in Indonesia: A Case Study of the Paylater e-Commerce Platform. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 14(3), 183–199. <https://doi.org/10.47768/gema.v14i3.202203>
- Bayumi, F. (2023). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Dan Facilitating Condition Terhadap Kinerja Keuangan Bank Jambi, Dengan Actual Usage Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01), 14–27.
- Christiono, D. I., & Brahmana, R. K. M. R. (2018). Analisis Pengaruh Performance Expectancy Dan Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention Pada Online Marketplace. *Agora*, 6(2), 1–6.
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880–1888.
- Deufel, P., Kemper, J., & Brettel, M. (2019). Pay now or pay later: A cross-cultural perspective on online payments. *Journal of Electronic Commerce Research*, 20(3), 141–154.
- Eka, P. N. M., & Andarini Sonja. (2022). Pengaruh Self Control dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior pengguna Layanan Buy Now Pay Later. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 60. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30594>
- Estuningrum, L. E., & Dharma, I. G. B. B. (2022). Analisis Faktor -Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Mahasiswa untuk Mengikuti Perkuliahan Tatap Muka selama Pandemi Covid-19. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(2), 208. <https://doi.org/10.20961/performa.21.2.59228>
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay Di Kota Malang Saat Pandemi Covid- 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- Farhani, N. H. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

- Mahasiswa Menggunakan Paylater dengan Model UTAUT2. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* Volume, 4. <http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/akunsika%0AAalisis>
- Farizqi, A. I., Soleh, A., & Febliansa, M. R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Shopee Pay Later Di Bengkulu Factors Affecting User Interest Shopee Pay Later in Bengkulu. *Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen*, 21–32.
- Farizqi, A. I., Soleh, A., & Febliansa, M. R. (2023). Factors Influencing Interest in Shopee Pay Later Users in Bengkulu. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 3(1), 57–68. <https://doi.org/10.53697/jim.v3i1.1145>
- Firmansyah, F., Kartikasari, M. D., Sujarwo, M., Raharjo, T. B., & Rahmatika, D. N. (2022). Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Pencegahan Fintech Illegal di Masyarakat. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 14(1), 168–179. <https://doi.org/10.24905/permana.v14i1.215>
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 25* (9th ed.). Abadi Tejukusumo. <https://www.scribd.com/doc/729101674>
- Gunawan, C. F. (2019). The Effect of Performance Expectancy and Social Influence on Behavioral Intention in the Hijabenka Application. *Agora*, 7(2), 1–6. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/9111>
- Hafifah, L. L., Utami, N. W., & Dwi Putri, I. G. A. P. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Behavioral Intention Dan User Behavior Pada Fintech ShopeePay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15(2), 102–117. <https://doi.org/10.30813/jab.v15i2.3574>
- Handayani, R., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital ShopeePay. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 81–92. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.4749>
- Haqi, M. F., & Astuti, B. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Behavioural Intention to Use E-Wallet Bagi Generasi Z Indonesia. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 118–132. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.805>
- Hardika, R. E. B., & Huda, A. M. (2021). Pengalaman Pengguna Paylater Mahasiswa Di Surabaya. *Commercium*, 4, 19–32.
- Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Media Infotama*, 17(1), 54–66. <https://doi.org/10.37676/jmi.v17i1.1317>
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). Penerimaan Pengguna E-Wallet

- Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus). *Jurnal Nasional Teknik Elektro Dan Teknologi Informasi* |, 9(3), 239–247.
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukamadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2019). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia | Hiyanti | Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(03), hlm.4.
- Kumala, S. (2019). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence Dan Experiences Terhadap Behavioral Intention Pada Game Mobile Player Unknown's Battleground (Pug). *Agora*, 7(2), 1–6.
- Kurniawati, putri. (2017). No Title الابداز الإلكتروني..جرائم تتغذى على طفرة «التواصل». *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7.
- Leng, S. Y., Talib, A., & Gunardi, A. (2018). Financial Technologies : A Note on Mobile Payment. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(1), 51–62.
- Luthfia, I. M., Pratiwi, M. I., Nastiti, A. P., Bisnis, J. A., & Semarang, P. N. (2023). Pay Later and Impulse Buying Behavior in the Industry 4.0 Era. *Manajemen Dan Akuntansi*, 4(2), 2023. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Madaniah, S., & Gultom, P. (2023). Pengaruh Kondisi Fasilitas (Facilitating Condition) dengan SIAKAD (Sistem Informasi Akademik) berbasis Online sebagai Variabel Moderasi Terhadap Kinerja Dosen *Multiverse: Open ...*, 2(2), 219–227. <https://jurnal.medanresourcecenter.org/index.php/MULTIVERSE/article/view/1132%0Ahttps://jurnal.medanresourcecenter.org/index.php/MULTIVERSE/article/download/1132/996>
- Mahande, R. D., & Jasruddin. (2020). UTAUT Model: Suatu Pendekatan Evaluasi Penerimaan E-Learning pada Program Pascasarjana. *Jurnal Iqtisaduna*, 1(1), 1.
- Maharani Nur Izzati, & Noor, F. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan , Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 130–143. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.120> Pengaruh
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompot Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413>
- Mooduto, W. P. A., & Mariam, I. (2020). Penerimaan dan Penggunaan OVO Paylater dengan Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Administrasi*

- Professional*, 1(02), 8–15. <https://doi.org/10.32722/jap.v1i02.3659>
- Mukminin, A., Rachman, R., & Wahyudi, H. (2019). Penerapan Model Utaut Untuk Perilaku Pengguna “Paylater” Di Dalam Traveloka. *Jurnal Computech & Bisnis*, 13(2), 81–90.
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2584–2593. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Nasution, N. H., & Munir, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *E-Journal Al-Buhuts*, 19, 106–121.
- Nazar, M. R., Arifah, U., Fitri, S. M., Aulia, S. S. P., & Ramadianto, M. P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money dan munculnya cashless society di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 287–295. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7816294>
- OJK. (2016). FAQ Fintech Lending. *FAQ: Kategori Umum*, 1(June).
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popovič, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM. *International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- Pahlevi, R. (2022). *Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Diperkirakan Capai US\$137,5 Miliar pada 2025*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/18/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-diperkirakan-capai-us1375-miliar-pada-2025>
- Pailaha, E. P., Rotinsulu, T. O., & Mandei, D. (2023). Pengaruh Fintech Peer to Peer Lending dan Pembayaran Digital Uang Elektronik Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(7), 181–192. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/50104>
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan Fintech di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony*, 4(2), 74–81. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100>
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Piarna, R., Fathurohman, F., & Purnawan, N. N. (2020). Understanding online shopping adoption: The unified theory of acceptance and the use of technology with perceived risk in millennial consumers context. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1), 51. <https://doi.org/10.31106/jema.v17i1.5050>

- Prasetyo, A., Melinda, A., & Wardhani, N. (2022). *Analisis Pengaruh Perceived Risk dan Trust terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna GoPay Abstrak PENDAHULUAN Pandemi virus COVID 19 bermula pada tanggal 12 Maret 2020 , World Health Organization (WHO) menetapkan virus ini penyebarannya. 05(01), 29–57.*
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 425. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10130>
- Rafidarma Muhammad, & Fitri, A. (2022). The Impact Buy Now Pay Later Feature Towards Online Buying Decision in E-Commerce Indonesia. *International Journal of Business and Technology Management*, 4(3), 155–162. <https://doi.org/10.55057/ijbtm.2022.4.3.13>
- Rahmatika, D. N., Subroto, S., Indriasih, D., & Prihadi, D. (2021). Strategi Pengembangan Kualitas Bumdes; Pendekatan Model Tetrapreneur Serta Kemitraan Dengan Perguruan Tinggi Dan Perbankan. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2(2), 84–95. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v2i2.58>
- Rahmatika, D. N., Utami, S. C., Puji Astuti, D. S., & Rofiq Sunarko, M. (2016). Pengaruh Kemampuan Pengguna Sistem Informasi, Keterlibatan Pengguna, Dan Dukungan Manajemen Puncak Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 12(2), 208–220.
- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). Peran E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5, 62–69.
- Saputri, M. E. (2022). Pengaruh Performance Expectation, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Pada Minat Menggunakan Mobile Payment Di Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 21(1), 9–21. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2022.21.1.2>
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058>
- Sari, S. P., & Cristiana, S. (2021). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends. *Seminar Nasional & Call for Paper*, 1, 698–706. <https://www.ojk.go.id>

- Seniati, N. K., & Weraswati, D. N. S. (2024). Pengaruh Persepsi Risiko, Kebiasaan dan Facilitating Condition Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 15(1), 143–155.
- Setyowati, D. (2022). Ratusan Mahasiswa IPB Jadi Korban Penipuan, Lalu Terjerat Pinjol Penulis: Desy Setyowati. In *Katadata.co.id*.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&d* (M. Sutopo.Dr.Ir.S.Pd (ed.); 2nd ed.). ALFABETA CV.
- Sugiyono, P. D. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.); 3rd ed.). ALFABETA CV.
- Suharsono, A. A., Hariadi, S., & Ariani, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Atome Di Kalangan Mahasiswa Unuversitas Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 10(1), 13–30.
- Suhendry, W. (2020). Minat Penggunaan Ovo Di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.37058/jem.v6i1.1542>
- Trivia. (2023). *Dampak Positif dan Negatif E-Commerce | Muda Di Atas*. <https://www.Youngontop.Com>. <https://www.youngontop.com/dampak-positif-dan-negatif-e-commerce/>
- Utami, B. P. (2021). Praktek Kredit Barang Melalui Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Berdasarkan Hukum Ekonomi Islam Dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Ilmu Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1(3), 1–84.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.*, 27(3), 425. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., Chan, F. K. Y., Hu, P. J. H., & Brown, S. A. (2011). Extending the two-stage information systems continuance model: Incorporating UTAUT predictors and the role of context. *Information Systems Journal*, 21(6), 527–555. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2575.2011.00373.x>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xin Xu. (2012). Consumer Sebuah Ceptance dan Use Of saya Informasi Technology : Extending The Unified Theory. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association*

for Information Systems, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>

Vivi Eviana, & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.

Wibowo, A. H., Mursityo, Y. T., & Herlambang, A. D. (2019). Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, dan Social Influence Terhadap Behavioral Intention dalam Implementasi Aplikasi SIMPG PT Perkebunan Nusantara XI Surabaya. *Jurnal Pembangunan Perkotaan*, 3(9), 9047–9053.

Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/Saudari Responden

Di tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya, **Feni Okta Diningrum** – mahasiswa jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Akuntansi Universitas Pancasakti Tegal. Saat ini sedang melaksanakan penelitian guna menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Akuntansi pada jenjang Starta 1 (S1). Dengan kerendahan hati, saya memohon kesediaan saudara/i untuk menjadi responden penelitian dengan mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini.

Penelitian ini berjudul ” **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengguna *Fintech Paylater* terhadap Minat Penggunaan Menggunakan *Model Unified Theory of Acceptance and Use of Thecnology (UTAUT)***”. Data yang diperoleh dari survey ini sepenuhnya akan digunakan untuk kepentingan penelitian akademik dan tidak akan dipergunakan untuk tujuan lainnya serta akan dijaga kerahasiaannya sesuai etika penelitian. Atas kesediaan dan keluasan waktu saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

KUESIONER

Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin:

- Laki-Laki
- Perempuan

2. Umur:

- 17 tahun
- 18 tahun
- 19 tahun
- 20 tahun
- 21 tahun
- 22 tahun
- 23 tahun
- 24 tahun
- 25 tahun

3. Apakah Anda pengguna e-commerce Shopee?

- Ya
- Tidak

4. Apakah Anda pernah menggunakan metode pembayaran Shopee
Paylater?

- Ya
- Tidak

Profil Responden

5. Nama

6. Semester

7. Program Studi

8. Nomor Handphone Aktif

Instruksi Pengisian Kuesioner

Beri tanda silang (√) pada jawaban yang paling sesuai menurut Anda. Semakin tinggi nilai yang Anda pilih maka berarti bahwa semakin setuju Anda terhadap pernyataan tersebut dan sebaliknya apabila semakin rendah nilai yang dipilih berarti semakin kecil tingkat persetujuan Anda. Berikut ini tingkat penilaian yang digunakan dalam penelitian ini:

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3 : Kurang Setuju (KS)
- 4 : Setuju (S)
- 5 : Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Performance Expectancy</i>						
1	Saya percaya bahwa menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat membantu saya dalam transaksi keuangan saya dengan lebih efektif.					
2	Saya dapat menghemat waktu dan biaya dalam melakukan transaksi dengan adanya dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					
3	Saya merasa menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat meningkatkan efisiensi kinerja saya.					
4	Saya merasa dompet digital <i>ShopeePaylater</i> akan meningkatkan kenyamanan dan kepraktisan dalam berbelanja secara digital.					

5	Saya merasa dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat memberikan manfaat dalam kehidupan sehari-hari.					
6	Saya merasa dompet digital <i>ShopeePaylater</i> akan memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran secara fleksibel.					
7	Saya merasa bahwa menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pembayaran transaksi.					
Sumber : (Venkatesh et al., 2003)						
Effort Expectancy						
1	Saya merasa bahwa menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> mudah untuk dipahami.					
2	Saya merasa dalam menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat memudahkan transaksi dengan cepat dan nyaman.					
3	Saya merasa bahwa menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat memudahkan saya dalam mengakses dan menggunakan layanan keuangan online.					
4	Saya mampu untuk memahami fitur yang tersedia pada fitur dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					
5	Dompet digital <i>ShopeePaylater</i> mempermudah dalam melakukan pembayaran.					
6	Dompet digital <i>ShopeePaylater</i> akan memberikan kemudahan dalam mengelola transaksi keuangan secara digital.					
7	Saya tidak merasa kesulitan memahami mekanisme dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					

	<i>Sumber: (Venkatesh et al., 2003)</i>					
<i>Social Influence</i>						
1	Saya dipengaruhi oleh teman dan keluarga untuk menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dalam transaksi keuangan.					
2	Saya merasa dompet digital <i>ShopeePaylater</i> menjadi suatu tren di lingkungan sekitar saya.					
3	Saya merasa dompet digital <i>ShopeePaylater</i> merupakan cara yang aman dan efektif untuk melakukan transaksi keuangan.					
4	Rekomendasi dari orang-orang memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					
5	Saya percaya dengan rekomendasi dari orang lain ketika menggunakan aplikasi dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					
6	Saya mendapatkan tanggapan positif dari rekan saya ketika menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					
7	Saya merasa yakin bahwa keamanan layanan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat terjamin.					
	<i>Sumber: (Venkatesh et al., 2003)</i>					
<i>Facilitating Conditions</i>						
1	Saya memiliki akses yang mudah dalam menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dan dapat menggunakannya kapan saja.					
2	Dengan menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> , saya dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja.					
3	Saya percaya bahwa dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dapat memudahkan saya dalam berbelanja secara online.					
4	Tutorial yang disediakan mempermudah saya dalam menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					

5	Saya merasa layanan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> memiliki dukungan pelanggan yang responsif.					
6	Informasi yang ditampilkan jelas ketika akan menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> .					
7	Layanan sistem dompet digital <i>ShopeePaylater</i> memiliki keamanan data yang sangat terjamin. <i>Sumber: (Venkatesh et al., 2003)</i>					
<i>Behavioral Intention</i>						
1	Saya berencana untuk menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dalam transaksi keuangan saya dalam waktu dekat.					
2	Saya berencana untuk terus menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dalam waktu yang akan datang.					
3	Saya berencana untuk merekomendasikan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> kepada teman dan keluarga.					
4	Saya berniat menggunakan dompet digital <i>Shopeepaylater</i> dalam aktivitas berbelanja secara rutin.					
5	Saya berniat aktif dalam menggunakan dompet digital <i>ShopeePaylater</i> dalam transaksi online yang saya lakukan.					
6	Saya akan selalu mencoba menggunakan dompet digital <i>Shopeepaylater</i> dalam kehidupan sehari-hari.					
7	Saya memiliki pengalaman yang baik dalam menggunakan dompet digital <i>Shopeepaylater</i> . <i>Sumber: (Venkatesh et al., 2003)</i>					

Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Penelitian

• **Variabel Performance Expectancy (X1)**

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total X1
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	4	5	4	5	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	5	4	29
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	4	4	5	3	3	5	5	29
9	5	4	3	3	4	5	5	29
10	5	4	4	4	5	5	5	32
11	5	4	5	5	4	4	4	31
12	5	5	5	5	5	5	5	35
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	5	5	5	5	5	5	5	35
15	5	5	5	5	5	5	4	34
16	4	2	4	2	4	4	4	24
17	4	5	4	5	5	5	5	33
18	4	5	4	4	5	5	4	31
19	5	5	5	5	5	4	4	33
20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	2	4	4	4	4	4	4	26
24	4	4	2	4	4	5	4	27
25	5	5	5	5	5	4	5	34
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	5	5	4	5	4	5	4	32
29	4	5	5	5	4	4	4	31
30	4	5	4	4	5	4	4	30
31	5	5	5	5	5	4	4	33
32	4	4	4	4	5	5	4	30
33	4	4	4	4	4	5	2	27

34	5	5	5	5	5	4	5	34
35	4	4	4	4	5	4	4	29
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	5	4	5	4	2	4	28
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	5	4	4	2	2	4	25
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	2	5	4	4	4	5	5	29
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	5	4	4	4	4	5	4	30
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	4	5	4	4	4	4	5	30
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	5	4	4	4	29
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	5	5	4	4	4	5	3	30
52	4	4	3	4	4	5	4	28
53	4	4	4	4	4	4	4	28
54	3	4	3	5	3	2	2	22
55	4	4	5	4	4	3	4	28
56	4	4	3	4	4	4	4	27
57	3	3	4	4	3	3	3	23
58	4	3	4	5	4	4	4	28
59	5	4	4	4	4	3	3	27
60	4	4	4	4	3	3	4	26
61	3	3	4	4	4	3	3	24
62	4	4	5	4	4	4	5	30
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	4	4	4	4	4	4	4	28
66	4	4	5	4	4	4	4	29
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	4	4	4	4	5	4	4	29
69	4	5	4	4	4	4	4	29
70	4	4	4	5	5	4	4	30
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	4	4	4	4	4	4	4	28
73	5	4	5	4	5	4	4	31
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	4	5	4	5	4	4	30

76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	4	4	5	4	4	4	3	28
78	4	4	5	4	4	4	4	29
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	5	4	4	4	4	29
81	5	4	5	4	5	4	5	32
82	4	4	4	4	4	4	4	28
83	4	4	4	4	4	4	4	28
84	5	5	5	5	5	5	5	35
85	5	5	5	4	5	5	5	34
86	4	4	5	4	5	4	5	31
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	4	4	4	28
89	4	4	4	4	5	4	4	29
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	5	4	4	4	4	5	4	30
93	4	4	4	4	4	4	4	28
94	4	5	4	4	4	4	5	30
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	4	4	5	4	4	4	29
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	5	5	4	4	4	5	3	30
99	4	4	3	4	4	5	4	28
100	4	4	4	4	4	4	4	28

• **Variabel *Effort Expectancy* (X2)**

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Total X2
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	4	4	4	4	5	29
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	4	4	2	4	4	26
6	5	5	5	5	5	4	5	34
7	4	4	5	5	4	5	5	32
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	5	5	5	5	4	5	5	34

14	4	4	4	5	4	4	5	30
15	5	5	5	5	5	5	5	35
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	4	4	5	5	5	33
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	5	4	4	5	4	4	4	30
20	5	5	5	5	4	4	4	32
21	5	5	5	5	4	4	4	32
22	5	4	4	5	5	4	5	32
23	5	5	5	5	5	4	5	34
24	5	5	4	5	5	4	5	33
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	2	2	4	2	2	2	4	18
27	5	5	5	5	4	5	5	34
28	2	2	2	4	2	2	4	18
29	5	5	4	5	5	5	5	34
30	2	4	4	4	4	4	4	26
31	5	5	5	5	5	5	5	35
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	5	5	4	4	4	4	5	31
34	5	5	4	4	3	4	4	29
35	4	4	4	4	4	4	3	27
36	5	5	5	4	3	4	3	29
37	4	3	3	4	5	4	2	25
38	4	4	4	5	5	5	4	31
39	5	5	5	4	5	4	4	32
40	5	5	4	5	4	5	5	33
41	4	4	4	4	4	5	4	29
42	4	4	4	5	5	4	5	31
43	3	4	4	4	4	4	5	28
44	4	5	4	5	5	5	4	32
45	4	4	4	5	4	4	5	30
46	4	4	4	4	4	4	5	29
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	5	5	5	4	4	4	4	31
49	4	4	4	4	3	4	3	26
50	4	4	4	4	4	4	5	29
51	4	4	4	4	4	4	5	29
52	3	4	4	4	2	4	5	26
53	5	4	4	4	4	4	5	30
54	5	5	5	4	4	4	5	32
55	5	5	5	4	4	4	3	30

56	5	5	4	4	4	5	3	30
57	5	5	5	4	4	4	4	31
58	3	4	4	5	5	5	3	29
59	3	4	3	4	5	4	5	28
60	4	4	4	5	4	4	5	30
61	3	4	3	5	5	5	4	29
62	5	4	5	4	4	4	2	28
63	5	5	5	4	4	4	4	31
64	4	4	5	4	4	4	4	29
65	2	5	4	4	4	4	5	28
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	5	5	5	5	5	4	33
68	5	4	4	5	5	5	2	30
69	4	5	5	5	4	4	4	31
70	4	5	4	5	5	5	4	32
71	2	4	4	4	4	4	4	26
72	4	4	4	4	4	4	5	29
73	4	4	4	4	3	4	4	27
74	3	4	3	4	4	4	5	27
75	4	4	4	4	3	4	5	28
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	4	4	2	4	4	4	5	27
78	4	4	4	4	3	4	4	27
79	4	4	4	5	5	5	4	31
80	5	4	4	4	4	5	3	29
81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	4	4	4	3	3	3	4	25
83	5	5	5	3	3	3	3	27
84	4	4	4	4	4	4	5	29
85	5	3	5	3	3	3	5	27
86	4	4	5	3	3	3	5	27
87	5	4	5	4	5	5	5	33
88	4	5	4	4	4	4	5	30
89	3	4	5	4	5	5	4	30
90	4	4	5	5	5	5	5	33
91	2	4	5	4	4	4	3	26
92	2	4	5	4	4	4	5	28
93	2	4	5	5	5	4	5	30
94	2	4	5	4	4	4	4	27
95	3	4	5	4	4	5	4	29
96	3	4	5	4	4	4	5	29
97	3	3	4	4	4	4	4	26

37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	5	5	5	5	5	5	5	35
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	4	4	5	4	5	4	4	30
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	4	4	5	4	4	4	4	29
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	5	5	5	5	5	5	5	35
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	5	4	4	4	4	29
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	4	5	5	4	4	4	4	30
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	5	4	4	4	4	29
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	5	4	4	4	5	4	30
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	4	4	5	4	4	4	5	30
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	4	4	4	4	4	4	28
62	4	4	5	4	4	4	4	29
63	5	5	5	5	5	5	5	35
64	4	4	4	4	5	4	4	29
65	4	5	4	4	4	4	4	29
66	4	4	4	5	5	4	4	30
67	5	5	5	5	5	5	5	35
68	3	4	5	3	4	4	5	28
69	4	5	2	2	5	4	4	26
70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	5	4	4	4	5	4	5	31
72	4	4	4	3	5	3	3	26
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	5	5	5	4	5	1	3	28
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	5	4	5	5	5	5	5	34
77	4	4	4	4	4	4	4	28
78	4	5	4	3	4	2	3	25

79	5	5	5	5	5	5	5	35
80	3	4	5	4	3	5	5	29
81	2	4	4	4	4	4	2	24
82	4	5	4	4	4	3	3	27
83	5	5	1	2	2	4	1	20
84	5	4	5	5	4	4	4	31
85	4	4	3	4	3	4	4	26
86	5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	5	4	5	4	4	5	31
88	4	4	4	4	4	4	5	29
89	5	4	4	5	4	5	5	32
90	4	4	4	4	4	4	5	29
91	4	4	4	4	4	4	3	27
92	5	5	5	5	5	5	4	34
93	4	4	4	4	4	4	5	29
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	5	5	5	5	5	5	4	34
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	3	4	4	4	5	4	5	29
99	4	5	4	4	5	4	4	30
100	4	4	5	4	4	4	4	29

• **Variabel Facillitating Condition (X4)**

No.	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	Total X4
1	5	5	5	5	5	5	3	33
2	4	4	4	2	5	5	4	28
3	4	5	5	3	5	5	3	30
4	4	4	4	3	4	5	2	26
5	5	5	5	5	5	4	4	33
6	3	4	4	2	4	4	3	24
7	4	4	4	3	4	5	4	28
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	4	4	4	3	5	5	4	29
10	5	5	5	5	5	3	3	31
11	5	5	5	5	5	5	4	34
12	4	4	4	2	4	4	4	26
13	4	5	5	4	5	5	3	31
14	4	4	4	3	4	4	3	26
15	5	5	5	4	4	5	4	32

16	4	4	4	3	4	5	5	29
17	5	5	5	5	5	5	3	33
18	4	4	4	3	4	5	4	28
19	4	5	4	5	5	5	4	32
20	5	5	5	5	5	5	3	33
21	4	5	5	5	5	5	4	33
22	4	2	4	2	4	4	4	24
23	4	5	4	5	5	5	5	33
24	4	5	4	4	5	5	4	31
25	5	5	5	5	5	4	4	33
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	2	4	4	4	4	4	4	26
30	4	4	2	4	4	5	4	27
31	5	5	5	5	5	4	5	34
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	5	5	5	5	5	5	5	35
34	5	5	4	5	4	5	4	32
35	4	5	5	5	4	4	4	31
36	4	5	4	4	5	4	4	30
37	5	5	5	5	5	4	4	33
38	4	4	4	4	5	5	4	30
39	4	4	4	4	4	5	2	27
40	5	5	5	5	5	4	5	34
41	4	4	4	4	5	4	4	29
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	4	5	4	5	4	2	4	28
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	5	4	4	4	5	4	4	30
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	4	4	4	4	4	4	4	28
51	4	4	4	4	4	4	4	28
52	4	4	4	4	4	4	5	29
53	4	4	4	4	4	4	4	28
54	4	4	4	4	4	4	5	29
55	4	4	4	4	4	4	4	28
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	4	28

58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	4	5	4	4	5	4	3	29
60	4	4	4	4	4	4	5	29
61	4	4	4	4	4	4	5	29
62	4	4	5	5	4	4	4	30
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	4	4	4	4	4	5	29
65	4	4	4	4	4	4	4	28
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	5	5	5	5	5	5	4	34
68	5	4	4	5	4	5	4	31
69	4	4	4	4	4	4	5	29
70	5	4	4	5	4	5	3	30
71	4	4	4	5	4	4	5	30
72	4	4	4	4	4	4	4	28
73	5	4	4	5	4	4	4	30
74	4	4	4	4	4	4	5	29
75	5	4	4	4	4	4	3	28
76	4	4	4	4	3	4	3	26
77	4	4	3	4	4	5	4	28
78	4	4	4	5	4	5	5	31
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	4	5	4	4	5	30
81	5	4	5	4	5	4	5	32
82	4	4	4	4	4	4	3	27
83	4	4	4	4	4	4	4	28
84	5	5	5	5	5	5	4	34
85	5	5	5	5	5	5	3	33
86	5	4	5	4	4	4	4	30
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	4	4	4	28
89	5	4	4	4	4	4	4	29
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	4	4	4	5	29
92	4	5	4	4	5	4	2	28
93	4	4	4	5	4	4	5	30
94	4	4	5	4	4	4	4	29
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	4	4	4	4	4	4	4	28
98	4	5	3	4	4	4	3	27
99	4	5	4	4	4	5	4	30

100	4	4	4	4	4	4	4	28
-----	---	---	---	---	---	---	---	----

• Variabel Minat Pengguna *Fintech Paylater* (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total Y
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	5	5	5	5	4	34
5	4	2	4	2	4	4	4	24
6	4	5	4	5	5	5	5	33
7	4	5	4	4	5	5	4	31
8	5	5	5	5	5	4	4	33
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	4	4	4	4	4	4	28
12	2	4	4	4	4	4	4	26
13	4	4	2	4	4	5	4	27
14	5	5	5	5	5	4	5	34
15	5	5	5	5	5	5	5	35
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	5	5	4	5	4	5	4	32
18	4	5	5	5	4	4	4	31
19	4	5	4	4	5	4	4	30
20	5	5	5	5	5	4	4	33
21	4	4	4	4	5	5	4	30
22	4	4	4	4	4	5	2	27
23	5	5	5	5	5	4	5	34
24	4	4	4	4	5	4	4	29
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	5	4	5	4	2	4	28
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	5	4	4	2	2	4	25
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	2	5	4	4	4	5	5	29
31	5	5	5	5	5	5	5	35
32	4	4	4	4	4	4	4	28
33	4	4	4	4	4	4	4	28
34	5	4	4	4	4	5	4	30
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	5	4	4	4	4	5	30

37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	5	4	4	4	29
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	5	5	4	4	4	5	3	30
41	4	4	3	4	4	5	4	28
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	3	4	3	5	3	2	2	22
44	4	4	5	4	4	3	4	28
45	4	4	3	4	4	4	4	27
46	3	3	4	4	3	3	3	23
47	4	3	4	5	4	4	4	28
48	5	4	4	4	4	3	3	27
49	4	4	4	4	3	3	4	26
50	3	3	4	4	4	3	3	24
51	4	4	4	4	4	4	4	28
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	4	4	4	4	4	28
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	4	4	4	4	3	4	27
56	3	3	3	3	2	2	3	19
57	3	4	4	3	4	4	3	25
58	4	4	4	4	3	4	4	27
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	2	2	4	4	4	3	23
61	4	4	5	5	5	3	3	29
62	3	3	4	4	3	3	4	24
63	5	5	5	5	5	5	5	35
64	5	4	4	4	5	4	5	31
65	4	5	4	4	4	5	5	31
66	4	4	4	4	5	5	5	31
67	5	4	4	4	5	4	4	30
68	4	5	5	5	5	5	4	33
69	5	4	5	5	4	5	5	33
70	5	4	5	4	5	4	5	32
71	4	4	4	4	4	5	5	30
72	5	4	5	5	5	5	5	34
73	5	4	4	4	4	5	4	30
74	4	4	4	5	4	4	4	29
75	5	4	4	4	4	4	4	29
76	5	5	5	4	4	4	5	32
77	4	4	5	4	4	5	4	30
78	4	4	4	5	3	5	4	29

79	5	3	5	5	4	5	5	32
80	4	4	5	4	5	4	4	30
81	5	4	5	4	4	4	5	31
82	4	5	4	5	4	4	5	31
83	3	4	5	4	4	4	4	28
84	4	4	5	5	5	5	4	32
85	2	4	5	4	4	4	4	27
86	2	4	5	4	4	4	4	27
87	2	4	5	4	4	4	4	27
88	2	4	5	4	4	4	4	27
89	3	4	5	4	4	4	4	28
90	3	4	5	4	4	4	4	28
91	3	3	4	5	4	4	5	28
92	5	5	5	5	5	3	5	33
93	4	5	4	5	5	3	5	31
94	4	4	4	4	4	5	5	30
95	5	5	5	5	5	4	5	34
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	5	5	5	5	5	5	5	35
98	4	4	5	3	4	4	4	28
99	4	4	5	4	4	4	3	28
100	4	4	4	4	4	4	5	29

Lampiran 3 Dokumentasi Pengisian Kuesioner



Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.442**	.444**	.361**	.508**	.439**	.370**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.442**	1	.370**	.612**	.402**	.328**	.428**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.444**	.370**	1	.383**	.470**	.147	.424**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.144	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.361**	.612**	.383**	1	.418**	.105	.215*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.300	.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.508**	.402**	.470**	.418**	1	.520**	.488**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.439**	.328**	.147	.105	.520**	1	.438**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.144	.300	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.370**	.428**	.424**	.215*	.488**	.438**	1	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.032	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.736**	.727**	.660**	.614**	.784**	.636**	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.559**	.303**	.291**	.242*	.314**	.028	.645**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.003	.015	.001	.785	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.559**	1	.510**	.421**	.378**	.463**	.176	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.079	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.303**	.510**	1	.144	.177	.215*	.076	.525**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.154	.078	.032	.451	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.291**	.421**	.144	1	.628**	.643**	.201*	.717**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.154		.000	.000	.045	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.242*	.378**	.177	.628**	1	.700**	.166	.720**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.078	.000		.000	.100	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.314**	.463**	.215*	.643**	.700**	1	.094	.739**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.032	.000	.000		.350	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.028	.176	.076	.201*	.166	.094	1	.397**
	Sig. (2-tailed)	.785	.079	.451	.045	.100	.350		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.645**	.770**	.525**	.717**	.720**	.739**	.397**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations									
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.553**	.189	.479**	.444**	.519**	.346**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.059	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.553**	1	.253*	.292**	.401**	.296**	.173	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.003	.000	.003	.084	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.189	.253*	1	.589**	.487**	.210*	.466**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.059	.011		.000	.000	.036	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.479**	.292**	.589**	1	.536**	.543**	.539**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.444**	.401**	.487**	.536**	1	.358**	.470**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.519**	.296**	.210*	.543**	.358**	1	.539**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.036	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.346**	.173	.466**	.539**	.470**	.539**	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.084	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.708**	.561**	.647**	.811**	.736**	.723**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

Correlations									
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.443**	.551**	.522**	.467**	.247*	.028	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.013	.781	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.443**	1	.532**	.569**	.665**	.286**	-.111	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.004	.271	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.551**	.532**	1	.414**	.563**	.157	.028	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.119	.784	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.522**	.569**	.414**	1	.318**	.057	.201*	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.574	.045	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.467**	.665**	.563**	.318**	1	.372**	-.030	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.768	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.6	Pearson Correlation	.247*	.286**	.157	.057	.372**	1	-.080	.432**
	Sig. (2-tailed)	.013	.004	.119	.574	.000		.426	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.7	Pearson Correlation	.028	-.111	.028	.201*	-.030	-.080	1	.306**
	Sig. (2-tailed)	.781	.271	.784	.045	.768	.426		.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X4	Pearson Correlation	.726**	.745**	.714**	.741**	.721**	.432**	.306**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.367**	.198*	.380**	.452**	.308**	.358**	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000	.048	.000	.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.367**	1	.402**	.512**	.447**	.241*	.416**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.016	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.198*	.402**	1	.356**	.452**	.195	.380**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.048	.000		.000	.000	.052	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.380**	.512**	.356**	1	.429**	.198*	.352**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.048	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.452**	.447**	.452**	.429**	1	.476**	.443**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.308**	.241*	.195	.198*	.476**	1	.401**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.002	.016	.052	.048	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.358**	.416**	.380**	.352**	.443**	.401**	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.671**	.702**	.613**	.657**	.777**	.615**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

- **Variabel *Performance Expectancy* (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.819	7

- **Variabel *Effort Expectancy* (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	7

- **Variabel *Social Influence* (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	7

- **Variabel *Facilitating Condition* (X4)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.717	7

- **Variabel *Minat Penggunaan Fintech Paylater***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.798	7

Lampiran 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total_X1	100	22	35	29.50	2.844
Total_X2	100	18	35	29.70	3.186
Total_X3	100	20	35	29.99	3.132
Total_X4	100	24	35	29.53	2.468
Total_Y	100	19	35	29.33	3.178
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

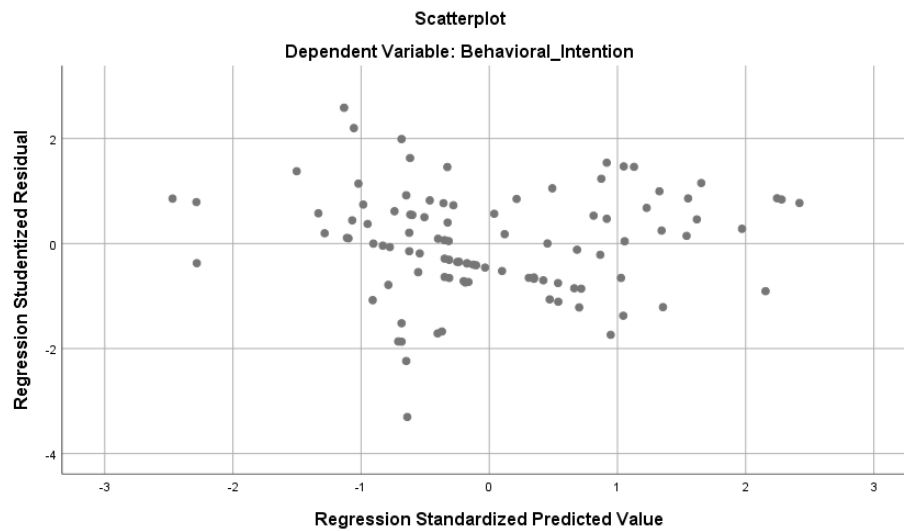
▪ Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.81932848
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.048
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

- Uji Multikolinieritas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.81932848
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.048
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

- Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.831	3.077		2.220	.029
	Total_X1	-.047	.065	-.077	-.722	.472
	Total_X2	.023	.066	.042	.348	.729
	Total_X3	-.009	.068	-.017	-.138	.890
	Total_X4	-.123	.074	-.176	-1.673	.098

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

▪ **Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.603	5.136		1.675	.097
	Total_X1	.154	.108	.138	1.419	.159
	Total_X2	.219	.110	.220	1.999	.048
	Total_X3	.273	.113	.269	2.421	.017
	Total_X4	.050	.123	.039	.411	.682

a. Dependent Variable: Total_Y

▪ **Uji Kelayakan Model (Uji F)**

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213.197	4	53.299	6.435	.000 ^b
	Residual	786.913	95	8.283		
	Total	1000.110	99			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X4, Total_X2, Total_X1, Total_X3

