

**DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN *SHOPEE PAYLATER*
MAHASISWA STIE SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Program Studi S1 Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Oleh:

Yurike Siska Widyastuti

20.22.0093

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yurike Siska Widyastuti
NIM : 20220093
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Determinan Minat Menggunakan *Shopee PayLater*
Mahasiswa STIE Surakarta
Disetujui dan disahkan:
Hari : Rabu
Tanggal : 27 Desember 2023

Dosen Pembimbing,



Astuning Saharsini, S.E., M.Acc

NIDN. 0606129102

Mengetahui,
Wakil Ketua 1



Aditya Lilivan, S.M.B., M.M

NIDN. 0606118902

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yurike Siska Widyastuti
NIM : 20220093
Program Studi : S1 Akuntansi
Judul : Determinan Minat Menggunakan *Shopee PayLater*

Mahasiswa STIE Surakarta

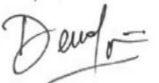
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Akuntansi.

Pada Hari : Jumat
Tanggal : 12 Januari 2024

Tim Penguji

Ketua : Astuning Saharsini, S.E., M.Acc
Anggota : Dewi Ika Octavia, S.E., M.Si

Tanda Tangan

()
()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta



Dr. Budi Istivanto, S.E., M.M., M.H

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN *SHOPEE PAYLATER* MAHASISWA
STIE SURAKARTA

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada peneliti aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Surakarta, 27 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Yurike Siska Widyastuti

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jika kamu ingin mengenal dunia, membacalah. Jika kamu ingin dikenal dunia,
menulislah”

(Armin Martajasa)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW dengan penuh rasa syukur peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua tersayang Bapak Muhamad Ginanjar Wusananto dan Ibu Parini yang telah membesarkan peneliti dengan penuh cinta dan kasih sayang yang tulus, memberikan semangat dan dukungan moral serta materil. Terima kasih sudah selalu ada dalam suka duka dan selalu mendoakan untuk kesuksesan anak-anaknya. Semoga bapak dan ibu selalu dilindungi, diberikan kesehatan dan bahagia dunia dan akhirat.
2. *Last but not least I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Determinan Minat Menggunakan *Shopee PayLater* Mahasiswa STIE Surakarta”. Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi peneliti mendapatkan bantuan dengan bimbingan, arahan dan motivasi oleh beberapa pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H selaku Ketua STIE Surakarta.
2. Ibu Adeviani Fiardhani, S.E., M.Ak selaku Kepala Program Studi Akuntansi STIE Surakarta.
3. Ibu Astuning Saharsini, S.E., M.Acc selaku Dosen Pembimbing.
4. Seluruh staff pengajar STIE Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama peneliti menempuh pendidikan di STIE Surakarta.
5. Kedua orang tua Muhammad Ginanjar Wusananto dan Parini yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat dan kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup peneliti.
6. Seluruh teman-teman di STIE Surakarta terimakasih atas pertemanan selama ini.
7. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dari semua pihak yang telah mendampingi peneliti. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang memerlukan untuk pengembangan ilmu.

Surakarta, 27 Desember 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Teori yang Relevan	15
B. Penelitian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Objek Penelitian	34
C. Waktu dan Tempat.....	35
D. Sumber Data.....	35
E. Populasi dan Sampel	36
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Definisi Operasional	38
H. Teknik Analisis Data.....	42

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	47
B. Identitas Responden	47
C. Analisis Data	50
D. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	74
Lampiran 1 Lembar Kuesioner.....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	77
Lampiran 3 Identitas Responden	85
Lampiran 4 Hasil Olah Data.....	88
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Jumlah mahasiswa aktif STIE Surakarta	36
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 3.3	Definisi Operasional	39
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi.....	48
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Kelas	49
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	49
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat	51
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Risiko	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Keamanan	52
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	54
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	55
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.17	Hasil Uji R.....	58
Tabel 4.18	Hasil Uji F	58
Tabel 4.19	Hasil Uji t	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Durasi Mengakses Internet Perhari Tahun 2023.....	1
Gambar 1.2	Usia Per Generasi	2
Gambar 1.3	Layanan <i>Digital Banking</i> Tahun 2020.....	3
Gambar 1.4	<i>E-Commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia	4
Gambar 1.5	Pengguna <i>PayLater</i> Tahun 2022.....	7
Gambar 1.6	Layanan <i>PayLater</i> Mahasiswa STIE Surakarta 2023.....	8

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner	74
Lampiran 2	Tabulasi Data	77
Lampiran 3	Identitas Responden.....	85
Lampiran 4	Hasil Olah Data	88
Lampiran 5	Dokumentasi Wawancara	95

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, risiko, keamanan dan literasi keuangan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater* pada mahasiswa STIE Surakarta. Penelitian ini menggunakan data primer dan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif STIE Surakarta yang berjumlah 2.018 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* menggunakan teknik *purposive sampling* berjumlah 95 responden. Uji yang digunakan diantaranya uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan alat bantu *software IBM SPSS Statistics 26*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, risiko, keamanan dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

ABSTRACT

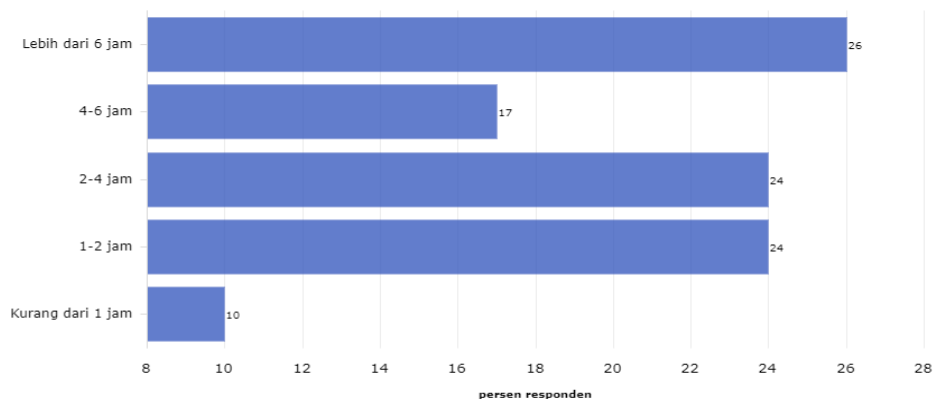
This study aims to determine the effect of perceived ease of use, perceived benefits, risk, security and financial literacy on interest in using Shopee PayLater on STIE Surakarta students. This study uses primary data and quantitative methods. The population in this study were active students of STIE Surakarta, totaling 2,018 students. The sampling technique was non probability sampling using purposive sampling technique totaling 95 respondents. The tests used include instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression and hypothesis testing using IBM SPSS Statistics 26 software tools. The results showed that perceived ease of use, perceived benefits, risk, security and financial literacy had a significant effect on interest in using Shopee PayLater.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

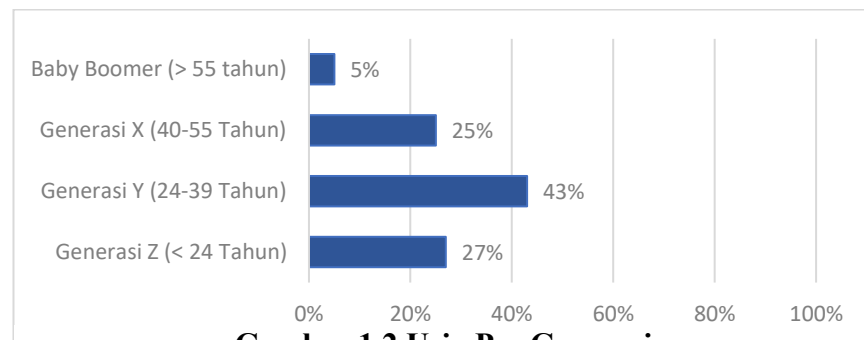
Perkembangan teknologi yang pesat membuat masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan internet. Pembangunan teknologi yang semakin canggih memudahkan segala aktivitas. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat pengguna internet di Indonesia tahun 2023 sebesar 78,19% atau mencapai 215.626.156 jiwa dari total populasi sebesar 275.773.901 jiwa (APJII, 2023).



Gambar 1.1 Durasi Mengakses Internet Perhari Tahun 2023

Sumber : Katadata 2023

Data di atas merupakan durasi mengakses internet perhari tahun 2023 yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bersama *Katadata Insight Center* dengan judul Status Literasi Digital 2023. Survei ini melibatkan 10.000 pengguna internet berusia 13-70 tahun yang tersebar di 34 provinsi dan 514 Kabupaten/Kota di Indonesia.



Gambar 1.2 Usia Per Generasi

Sumber : Katadata 2023

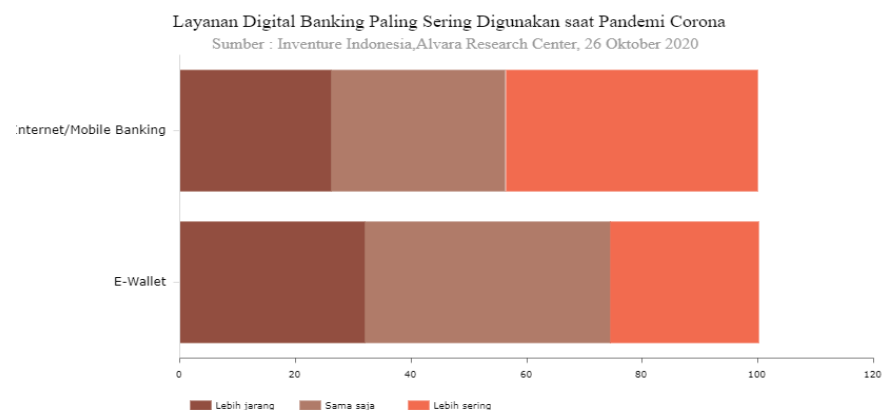
Berdasarkan data diatas generasi Z dan Y cenderung mengakses internet lebih lama dibandingkan dengan *kohort* lain. Generasi X dan generasi *Boomers* mengakses internet selama 1 sampai 4 jam/hari (Annur, 2023). Di era digital perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan melaju pesat sehingga memunculkan teknologi dan inovasi baru.

Menurut Nurul (2021) keberadaan perdagangan elektronik menjadi pemicu yang memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pengguna pembayaran elektronik. Pembayaran elektronik menjadi mesin fasilitas utama karena transaksi penjual dan pembeli dilakukan di dunia maya. Fenomena inovasi dalam industri jasa keuangan adalah teknologi keuangan (*financial technology*).

Sistem pembayaran berbasis teknologi telah berkembang dan tumbuh di Indonesia melalui berbagai sektor. Berdasarkan data OJK (2023) jumlah *fintech peer-to peer lending* atau *fintech lending* yang terdaftar adalah 102 perusahaan. Berita yang ditulis Nirmala (2021) pada Laporan *State of Finance App Marketing* edisi 2021 yang dirilis *AppsFlyer* menyatakan Indonesia merupakan pengguna *fintech* tertinggi ketiga sebagai negara

dengan instalasi aplikasi keuangan terbanyak. Indonesia unggul dari negara besar seperti Amerika Serikat yang menempati peringkat keempat, Rusia peringkat kelima, peringkat tertinggi dipegang India dan Brazil yang menempati posisi pertama dan kedua.

Pengguna *fintech* di Indonesia umumnya mengunduh aplikasi keuangan seperti *mobile payment*, kartu kredit dan aplikasi pinjaman. Dengan jumlah populasi yang besar serta tingkat *underbank* dan *unbanked* yang relatif tinggi. Indonesia menjadi satu-satunya negara Asia Tenggara yang berada di posisi lima besar pada peringkat negara yang mengunduh aplikasi keuangan.

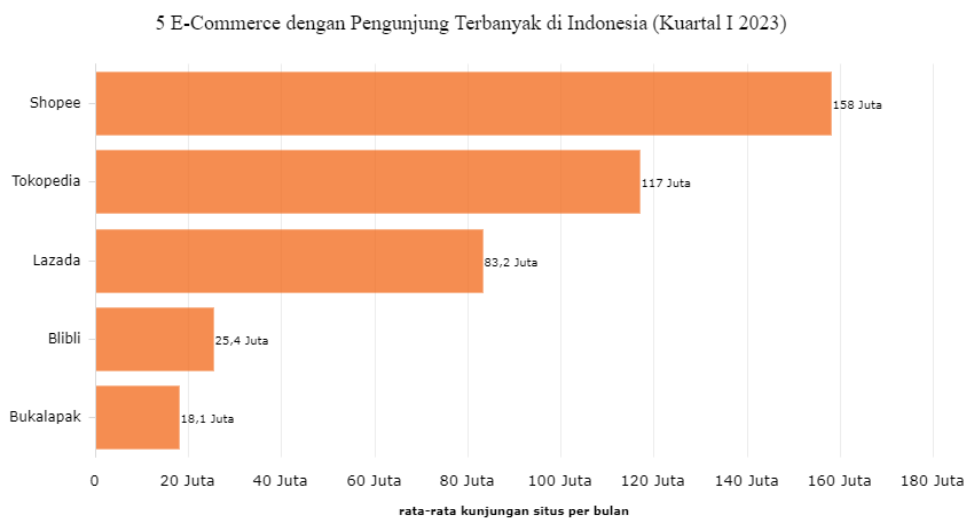


Gambar 1.3 Layanan *Digital Banking* Tahun 2020

Sumber : Katadata 2020

Layanan *fintech* semakin aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia semenjak pandemi Covid-19 melanda. Data di atas merupakan hasil survei *Inventure Indonesia* bersama *Alvara Research Center*. Survei tersebut menunjukkan pandemi Covid-19 membuat penetrasi digital semakin aktif di sektor perbankan. Terdapat 43,6% responden yang mengaku lebih aktif menggunakan *internet* dan *mobile banking* sementara 25,6% responden aktif menggunakan *e-wallet* setelah pandemi Covid-19 (Jarot, 2020).

Pergerakan *start up* di Indonesia terus mengalami perkembangan. *Start up* dibedakan menjadi dua yaitu *e-commerce* dan *financial technology* (*fintech*). *E-commerce* dan *fintech* saling bersinergi satu sama lain dimana *e-commerce* sebagai *platform* jual beli sementara *fintech* membantu proses transaksi sehingga dapat diterima masyarakat luas.



Gambar 1.4 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia

Sumber : Katadata 2023

Berdasarkan data di atas *Shopee* merupakan *e-commerce* dengan kunjungan terbanyak di Indonesia pada kuartal I 2023. Selama periode Januari-Maret 2023 *Shopee* meraih 157,9 juta kunjungan, jumlah ini melambung tinggi dibandingkan dengan *e-commerce* lain. Dalam periode yang sama Tokopedia meraih 117 juta kunjungan, Lazada 83,2 juta kunjungan, Blibli 25,4 juta kunjungan dan Bukalapak 18,1 juta kunjungan pada setiap bulan (Adi, 2023).

Selama Maret 2023 jumlah kunjungan *Shopee* meningkat sebesar 10%, Tokopedia 5%, Lazada 13% dan Blibli 5% dibandingkan bulan

Februari. Berbeda dengan Bukalapak, Maret 2023 jumlah kunjungan Bukalapak masih sama seperti bulan sebelumnya. Rudiantara Ketua Dewan Pembina Asosiasi *E-Commerce* Indonesia menilai *e-commerce* masih menjadi penopang ekonomi digital dalam negeri (Adi, 2023).

Shopee merupakan *platform* perdagangan elektronik yang diluncurkan tahun 2015 berada dibawah naungan *SEA Group* berkantor pusat di Singapura. *Shopee* telah memperluas jangkauan hingga Malaysia, Thailand, Indonesia, Vietnam dan Filipina. *Shopee* menjadi *platform* yang menyesuaikan setiap wilayah dan menyediakan fitur belanja *online* yang mudah, aman serta cepat melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat (*Shopee*, 2021).

Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* berbasis *e-commerce* untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi tanpa membuka *website* melalui *personal computer (pc)*. *Shopee* diminati oleh masyarakat karena penggunaannya jauh lebih mudah dalam belanja berbagai macam produk baik kebutuhan sehari-hari, elektronik, *fashion* dan lain sebagainya. *Shopee* menerapkan jenis bisnis *e-commerce C2C* dimana *Shopee* sebagai pihak ketiga yang memfasilitasi penjual dan pengguna demi kelancaran serta keamanan transaksi (Risky, 2022).

Sebagai *e-commerce* dengan transaksi yang mudah dan kekinian. *Shopee* menawarkan berbagai fitur yang menarik seperti *event* untuk menarik perhatian pengguna saling berinteraksi. Beberapa *event Shopee* seperti gratis

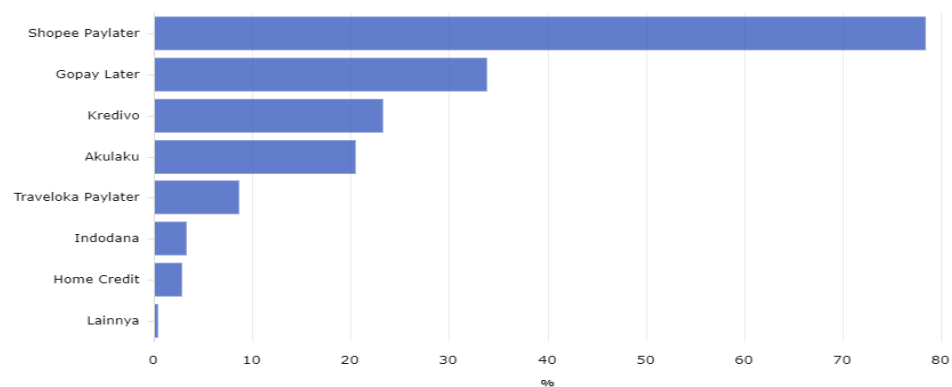
ongkos kirim belanja Rp.0, *cashback & voucher*, *Shopee Games*, *Shopee Point*, *12.12 sale*, serba 10 ribu, *flash sale* dan *Shopee Live*.

Perkembangan yang pesat memicu *Shopee* meluncurkan layanan *PayLater* yang dirilis pada 6 Maret 2019. *Shopee PayLater* merupakan fitur kredit yang tersedia pada aplikasi *Shopee*. Fungsi *PayLater* sebagai metode pembayaran belanja melalui *Shopee* atau *merchant* rekanan *Shopee*. Melalui *PayLater* pengguna dapat membeli barang saat ini dan membayar bulan depan atau mencicil dengan jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan. Pada saat ini banyak *platform* yang menawarkan jasa pembayaran *Paylater* mulai dari *e-wallet*, *e-commerce*, *ride hailing* dan *travel agent*.

Shopee menerapkan biaya bunga sebesar 2,95%, selain itu *Shopee PayLater* memberlakukan biaya penanganan sebesar 1%. Jangka waktu pelunasan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pengguna. *Shopee PayLater* menerapkan denda bagi pengguna yang terlambat membayar tagihan yang sudah jatuh tempo. Denda tersebut sebesar 5% perbulan dari seluruh total tagihan (*Shopee*, 2022).

Shopee PayLater tidak hanya digunakan untuk transaksi pembelian tetapi dapat digunakan untuk membayar tagihan sesuai prosedur pihak *Shopee*. *Shopee PayLater* mewajibkan pengguna melakukan pembayaran dengan prosedur yang berlaku pada setiap bulan. Hadirnya *PayLater* mempermudah semua kalangan untuk bertransaksi melalui *Shopee*. *Shopee PayLater* menjadi alternatif bagi pengguna yang mengalami kendala pada saat ingin membeli barang namun dana belum tersedia (Meinika, 2023).

PayLater hadir dengan peran membantu masyarakat sebagai pengguna *Shopee* untuk mengatur pengeluaran arus kas agar lebih efisien. Pengguna dapat leluasa untuk merencanakan keuangan jangka panjang. Tentu saja hal ini mendukung pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 (Dewi, 2023). *PayLater* dijadikan sistem pembayaran yang fleksibel meskipun terdapat denda keterlambatan apabila pembayaran melebihi waktu jatuh tempo. Layanan *PayLater* dijadikan strategi bagi *e-commerce* untuk meningkatkan kunjungan aplikasi.



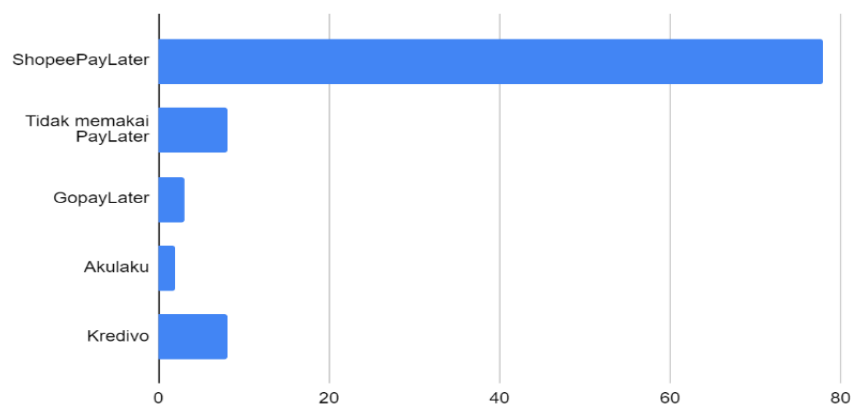
Gambar 1.5 Pengguna *PayLater* Tahun 2022

Sumber : Katadata 2023

Bayar nanti atau lebih dikenal dengan *PayLater* semakin diminati semenjak pandemi Covid-19. Dari survei Katadata *Shopee PayLater* menjadi layanan paling banyak digunakan pada 2022 persentasenya mencapai 78,4%. Disusul urutan kedua yaitu *GopayLater* sebesar 33,8%, di posisi ketiga Kredivo 23,2% selanjutnya *PayLater* Akulaku sebesar 20,4%, Traveloka sebesar 8,6%, Indodana sebesar 3,3% dan *Home Credit* sebesar 2,8% sisanya sebesar 0,4% merupakan pengguna *PayLater* dilayanan lain (Annur, 2022).

Shopee PayLater merupakan hasil kerja sama *PT Commerce Finance* yang sepenuhnya diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Shopee PayLater* tidak bisa langsung digunakan oleh pengguna. Pengguna harus melakukan pendaftaran menggunakan KTP dan mengisi data yang telah disyaratkan oleh *Shopee*. Apabila syarat pendaftaran terpenuhi dan pihak *Shopee* telah memverifikasi maka *PayLater* sudah bisa digunakan. Untuk pengguna baru limit kredit yang diberikan sebesar Rp 450.000 (Hananda, 2022).

Semakin aktif transaksi menggunakan *PayLater* maka limit yang diperoleh pengguna akan semakin bertambah bahkan bisa mencapai belasan juta. Seiring berjalannya waktu praktek penggunaan *PayLater* menimbulkan penyimpangan. Hal ini disebabkan oleh perubahan perilaku pengguna karena pola hidup konsumtif dan suka berhutang (Idris, 2021).



Gambar 1.6 Layanan *PayLater* Mahasiswa STIE Surakarta 2023

Sumber : Data diolah 2023

Data di atas adalah layanan *PayLater* yang digunakan mahasiswa STIE Surakarta. *Shopee PayLater* menjadi layanan yang sering digunakan

mahasiswa STIE Surakarta. Pada kalangan mahasiswa *Shopee PayLater* sangat menggiurkan terlebih ketika mereka melihat suatu barang yang ingin mereka miliki tetapi belum memiliki dana yang cukup. *Shopee PayLater* menjadi jalan pintas bagi mereka untuk mendapatkan barang tersebut.

Adanya *Shopee PayLater* memicu tumbuhnya perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa. Hal ini disebabkan kemudahan dalam penggunaan *Shopee PayLater* serta penawaran yang diberikan. Pada saat mereka melihat barang yang mereka inginkan karena diskon dan gratis ongkos kirim sehingga tanpa pikir panjang mereka akan membeli melalui *Shopee PayLater*. Penggunaan *Shopee PayLater* dapat menjadi *boomerang* bagi mereka apabila aktif menggunakan *Shopee PayLater* tanpa mempertimbangkan risiko yang akan terjadi (Sekar, 2022).

Hasil wawancara dengan Tisa bahwa *Shopee PayLater* merupakan layanan yang mudah digunakan dan mudah dimengerti dalam waktu yang singkat. Proses pendaftaran yang cepat dan mudah dipahami dalam setiap tahapan membuktikan kemudahan penggunaan menjadi alasan yang mempengaruhi minat menggunakan *Shopee PayLater*. Dalam penelitian Rizza *et al.* (2023) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Hal berbeda terjadi pada penelitian Rizqi (2023) persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Pertimbangan selanjutnya dalam menentukan minat menggunakan *Shopee PayLater* adalah persepsi manfaat. Hasil wawancara dengan Danisa

bahwa penggunaan *Shopee PayLater* bermanfaat dalam meningkatkan kemampuan mahasiswa membeli peralatan kuliah. Seperti yang dilakukan Danisa, Danisa membeli laptop melalui *Shopee PayLater* dengan jangka waktu 6 bulan. Menurut Stefanus (2023) persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Hal berbeda terjadi pada penelitian Andre *et al.* (2023) persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *PayLater*.

Pertimbangan lain dalam menentukan minat menggunakan *Shopee PayLater* adalah risiko. Dita (bukan nama sebenarnya) merupakan mahasiswa STIE Surakarta pengguna *Shopee PayLater* yang mengalami ketergantungan penggunaan *PayLater*. Dita memperlihatkan tagihan *Shopee PayLater* dengan nominal Rp 5.000.000 perbulan. Dita menggunakan *Shopee PayLater* untuk memenuhi kebutuhan konsumtif seperti *fashion*, *accessoris* serta membeli *handphone* keluaran terbaru. Dita mengaku sampai tidak bisa membayar iuran rutin kuliah (SPP) dimana pembayarannya dilakukan setiap bulan.

Risiko selanjutnya terjadi tunggakan tagihan *Shopee PayLater*. Risiko yang harus ditanggung pengguna adalah akun *Shopee* dibekukan dan dibebankan denda terakumulasi. Proses penagihan dilakukan oleh pihak *Shopee* dan berpotensi penyelesaian masalah melalui jalur hukum. Penelitian Tutik (2022) risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Hal berbeda terjadi pada penelitian Akhmad

(2023) risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Shopee PayLater menimbulkan perilaku konsumtif, biaya yang tidak disadari, risiko pada SLIK, peretasan identitas dan berpotensi mengganggu pengelolaan keuangan. Risiko lain seperti terdapat biaya yang dibebankan kepada pengguna. Biaya tersebut merupakan tingkat bunga sebesar 2,95%. Pengguna dapat membayar tagihan *PayLater* melalui *Shopeepay*, *Virtual Account (VA)*, Indomaret dan Alfamart.

Perkembangan *Shopee* yang pesat dapat memicu para *hacker* untuk melakukan kejahatan seperti mencuri akun *Shopee* dan menyalahgunakan. Pelaku kejahatan *cyber* melakukan beberapa cara seperti meminta kode *OTP* dengan alasan verifikasi hadiah menggunakan situs palsu. Tingkat keamanan dalam menggunakan *PayLater* merupakan hal pokok karena pengguna akan merasa terlindungi terkait jaminan data pribadi pada saat pendaftaran *PayLater*. Menurut Rizza *et al.* (2023) keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Hasil penelitian Teti (2022) keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Literasi keuangan menjadi kebutuhan dasar agar terhindar dari masalah keuangan. Salah satu penyebab kegagalan dalam mengelola keuangan adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Literasi keuangan memiliki kaitan erat dengan manajemen keuangan. Literasi keuangan mengacu pada tingkat pemahaman individu bagaimana uang bekerja.

Pentingnya literasi keuangan pada perguruan tinggi berguna membantu mahasiswa mengambil keputusan dalam menghadapi masalah keuangan.

Masalah keuangan yang timbul pada kalangan mahasiswa disebabkan oleh perilaku konsumtif sehingga banyak mahasiswa yang menggunakan *Shopee PayLater*. Menurut Rachmah (2023) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Hasil penelitian Putri *et al.* (2023) literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Shopee sebagai salah satu *e-commerce* yang memberikan layanan *PayLater* dengan jumlah besar sehingga menarik perhatian peneliti untuk meneliti *Shopee PayLater* pada kalangan mahasiswa. Berdasarkan pernyataan di atas serta muncul fenomena baru yang menarik untuk diteliti, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Determinan Minat Menggunakan *Shopee PayLater* Mahasiswa STIE Surakarta”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*?

3. Apakah risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*?
4. Apakah keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*?
5. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
3. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
4. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
5. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk berbagai pihak diantaranya.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai keinginan melakukan penelitian khususnya pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, risiko, keamanan dan literasi keuangan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

2. Secara Praktis

a. Bagi Mahasiswa STIE Surakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi mahasiswa mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, risiko, keamanan dan literasi keuangan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater* serta dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa ketika hendak menggunakan *PayLater*.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana komunikasi untuk meningkatkan pengetahuan penelitian di lapangan dan menjadi sarana mengembangkan teori yang dipelajari di bangku kuliah.

c. Bagi Masyarakat Luas

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi mengenai perkembangan *financial technology* di Indonesia terutama fitur *Shopee PayLater*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

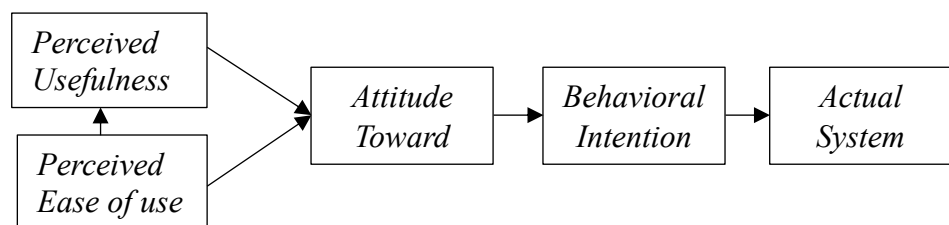
A. Teori yang Relevan

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis 1989. *TAM* adalah aplikasi dan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Menurut Wibasuri *et al.* (2022) *TAM* dikembangkan dan digunakan oleh ilmuwan yang mengkhususkan pemodelan penerimaan sistem informasi. Teori *TAM* memiliki tujuan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. *TAM* banyak digunakan dalam penelitian untuk melihat bagaimana penerimaan teknologi (Herlina *et al.*, 2023).

TAM memiliki tinjauan sistematis tentang pengembangan serta kemajuan literatur yang berfokus pada hubungan antar komponen *TAM* dengan sistem informasi (Siswoyo & Irianto, 2023). Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan merupakan bagian dari *TAM*. Persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan pengguna bahwa dengan menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja pengguna tersebut. Persepsi kemudahan penggunaan diartikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa sistem mudah digunakan dan dipelajari (Kurnia & Supriyanto, 2022).

Berdasarkan penjelasan di atas diketahui kedua variabel *TAM* dapat menjelaskan aspek penerimaan teknologi. Dengan melihat manfaat dan kemudahan penggunaan dapat menumbuhkan minat menggunakan sistem tersebut. Dalam penelitian ini sikap pengguna dalam menerima teknologi yang dimaksud adalah sikap mahasiswa dalam menggunakan *Shopee PayLater*. Berdasarkan *TAM* minat mahasiswa dalam menggunakan metode pembayaran *Shopee PayLater* dapat dipengaruhi oleh dua hal yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat. Berbagai manfaat dan kemudahan yang diberikan *Shopee PayLater* dapat menumbuhkan minat mahasiswa untuk terus menggunakan *Shopee PayLater*.



Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Sumber : Nurhasanah, 2023

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa teknologi mudah digunakan (Akhmad, 2023). Menurut Heny & Trisna (2020) suatu teknologi yang mudah digunakan dan bermanfaat dapat memberikan dorongan kepada individu untuk menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya apabila teknologi yang sulit

dimengerti maka individu cenderung tidak menggunakan teknologi tersebut.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan seseorang untuk beranggapan bahwa sistem mudah digunakan (Garlic, 2023). Sistem yang sering digunakan menunjukkan sistem lebih mudah dioperasikan dan mudah dimengerti (Rachmah, 2023). Menurut Akhmad (2023) indikator untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan sebagai berikut.

- a. Mudah dipelajari.
- b. Mudah digunakan.
- c. Dapat dikontrol.
- d. Fleksibel.

3. Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi manfaat merupakan persepsi manfaat merupakan penilaian subjektif terhadap keuntungan yang diberikan oleh teknologi (Putri & Triyanto, 2023). Menurut Ericaningtyas (2021) persepsi manfaat adalah kepercayaan pengguna dalam menggunakan suatu sistem dan melihat manfaat seperti memudahkan dalam bekerja dan beraktivitas. Persepsi manfaat merupakan suatu keyakinan pengguna pada saat mengambil keputusan bahwa menggunakan teknologi informasi akan memberikan manfaat sehingga menimbulkan minat untuk menggunakan teknologi tersebut (Garlic, 2023).

Persepsi manfaat merupakan suatu pemikiran individu tentang penggunaan sistem dapat memberikan manfaat pekerjaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menggunakan teknologi tersebut (Dewi, 2023). Persepsi manfaat adalah sejauh mana pengguna percaya suatu sistem dapat mendorong kinerja (Lilis, 2023). Menurut Lilis (2023) indikator persepsi manfaat dibagi beberapa dimensi sebagai berikut.

- a. Meningkatkan sistem pembayaran.
- b. Meningkatkan kualitas.
- c. Meningkatkan produktivitas.
- d. Meningkatkan efektivitas.

4. Risiko

Menurut Nurul (2021) risiko merupakan persepsi pengguna terhadap adanya ketidakpastian dan konsekuensi dalam menggunakan suatu teknologi. Sebelum menggunakan teknologi pengguna harus memahami dan paham atas risiko penggunaan teknologi tersebut. Risiko merupakan sesuatu yang menghadirkan penilaian pengguna terhadap kemungkinan yang berhubungan negatif dari penggunaan teknologi (Sekarwangi, 2022).

Menurut Mahmud (2023) risiko teknologi pada dasarnya tidak terlepas dari risiko operasional karena risiko teknologi menyangkut sistem operasional yang digunakan. Risiko terdiri dari dua dimensi yaitu ketidakpastian dan konsekuensi. Menurut Sekar (2022) risiko merupakan

ekspektasi atas kerugian yang akan ditanggung pengguna. Menurut Nurul (2021) indikator yang digunakan untuk mengukur risiko sebagai berikut.

- a. Ada risiko yang ditimbulkan.
- b. Ada kerugian yang dialami.
- c. Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko.

5. Keamanan

Menurut Kumala *et al.* (2020) keamanan merupakan pedoman bagi pengguna untuk percaya bahwa data diri mereka tidak dapat diakses dan disalahgunakan orang lain. Keamanan sebagai pedoman pengguna untuk percaya bahwa data pribadi tidak dapat dilihat, disimpan dan dimanipulasi oleh orang lain (Salsabila, 2022). Menurut Tutik (2022) pemahaman seseorang tentang keamanan dalam menggunakan *fintech* akan mempengaruhi minat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Keamanan merupakan suatu upaya untuk mengamankan aset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul. Menurut Trisna (2022) keamanan adalah suatu hal yang dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi. Menurut Salsabila (2022) indikator yang digunakan untuk mengukur keamanan adalah sebagai berikut.

- a. Kerahasiaan data.
- b. Jaminan keamanan.
- c. Tidak menyalahgunakan data pribadi.

6. Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Tasya, 2023). Menurut Palimbong *et al.* (2023) literasi keuangan merupakan pengetahuan yang penting dan harus dikuasai oleh individu sehingga mampu membuat perencanaan keuangan, mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan yang tepat dalam menggunakan produk keuangan.

Literasi keuangan merupakan suatu kesadaran mengenai informasi keuangan, keterampilan dalam mengelola keuangan (Prazadhea, 2023). Menurut Diana (2021) literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola dan mengkomunikasikan keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi. Menurut Diana (2021) indikator yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan sebagai berikut.

- a. Pengetahuan matematis dan standar.
- b. Pemahaman keuangan.
- c. Kompetensi keuangan.
- d. Menyadari risiko.
- e. Tanggungjawab keuangan.

7. Minat

Minat adalah keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu. Minat merupakan sesuatu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan adanya suatu layanan (Farid, 2022). Minat sebagai dorongan individu terhadap objek tertentu (Panjalu, 2022). Menurut Noviyanti & Teguh (2021) minat menggunakan adalah keinginan dalam melakukan kegiatan untuk keperluan tertentu dalam bentuk layanan jasa atau sewa. Minat menggunakan merupakan keinginan pengguna dalam menggunakan atau menggunakan ulang objek tertentu (Iman *et al.*, 2023). Menurut Umul (2023) minat menggunakan merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi informasi.

Dari penjelasan di atas minat menggunakan *Shopee PayLater* adalah sesuatu yang hadir dan timbul dalam diri pengguna atas dasar keinginan pengguna menggunakan *Shopee PayLater* secara sukarela. Menurut Farid (2022) indikator untuk mengukur minat adalah sebagai berikut.

- a. Keinginan untuk menggunakan.
- b. Selalu ingin mencoba untuk menggunakan.
- c. Keinginan untuk terus melanjutkan.

8. *Financial Technology (Fintech)*

Financial Technology merupakan perkembangan terbaru dalam memperluas sektor keuangan. *Fintech* sebagai inovasi dalam bidang ekonomi dalam meningkatkan efektivitas administrasi keuangan.

Menurut Murdinar *et al.* (2023) *fintech* merupakan penggabungan jasa keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat.

Tujuan diterapkan *fintech* untuk mendorong inovasi di bidang keuangan dengan prinsip perlindungan konsumen, manajemen risiko dan kehati-hatian dalam rangka menjaga stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan dan sistem pembayaran yang efisien (Murdinar *et al.*, 2023). Menurut Marisa (2020) inovasi pada bidang keuangan berbasis teknologi digunakan dalam perencanaan keuangan, *transfer* dan jual beli saham.

Selain lebih praktis dalam penggunaan eksistensi dari *fintech* diharapkan dapat mendatangkan proses transaksi keuangan yang lebih efisien dan aman. *Fintech* hadir dalam rangka menguatkan perekonomian negara. Sektor keuangan memegang peran penting dalam mewujudkannya.

9. *Shopee PayLater*

Shopee merupakan salah satu aplikasi perdagangan digital yang berkantor pusat di Singapura. *Shopee* bekerja sama dengan *SEA Group* yang didirikan oleh Forrest Li pada tahun 2009. Awalnya *Shopee* beroperasi di Singapura dan telah melakukan perluasan wilayah di *ASEAN* seperti Indonesia. *Shopee* merupakan *platform* pertama di *ASEAN* dan Taiwan yang menawarkan transaksi perdagangan *online* melalui via *smartphone* (Prazadhea, 2023).

Shopee terus berkembang dan menghadirkan fitur yang dapat digunakan pengguna *Shopee*. Salah satu fitur *Shopee* yang istimewa adalah *PayLater*. *PayLater* merupakan metode pembayaran yang menguntungkan pengguna dimana pengguna dapat membeli barang sekarang dan membayar pada saat jatuh tempo. Fitur ini sama dengan kartu kredit namun *PayLater* tidak menggunakan kartu pada saat bertransaksi (Nurhasanah, 2023).

Penelitian Larasati *et al.* (2022) *Shopee PayLater* merupakan layanan pinjaman berbasis teknologi informasi yang mempertemukan peminjam dengan penerima pinjaman melalui *platform* sebagaimana dinyatakan dalam PJOK No.77/2016. *Shopee PayLater* tidak memerlukan jaminan khusus sehingga banyak yang menggunakan.

Persyaratan yang harus dipenuhi untuk mendaftar *Shopee PayLater* yaitu akun *Shopee* harus terdaftar dan terverifikasi, akun sudah aktif minimal 3 bulan dan sudah *update* ke versi terbaru. Pengguna harus memiliki KTP karena salah satu tahapan untuk mendaftar *Shopee PayLater* adalah swafoto dengan KTP. Apabila sudah memenuhi persyaratan pengguna dapat mengajukan aktivasi *Shopee PayLater*.

Melalui *Shopee PayLater* pengguna dapat membeli barang yang diinginkan dan membayar di kemudian hari. Pengguna diwajibkan membayar tagihan *Shopee PayLater* sesuai dengan periode yang dipilih. Pengguna *Shopee PayLater* dapat memilih tanggal jatuh tempo yakni pada tanggal 5 atau 11 setiap bulan. Persentase bunga yang dibebankan

kepada pengguna sebesar 2,95% dan biaya penanganan sebesar 1%. Pengguna yang terlambat membayar tagihan akan dikenakan denda 5% perbulan dari total tagihan (*Shopee, 2022*).

Menurut Prazadhea (2023) *Shopee PayLater* menyediakan menu pilihan riwayat transaksi dimana pengguna dapat melihat catatan barang yang sudah dibeli dan dibayar. Selain itu terdapat pilihan menu tagihan, menu ini berisi jumlah tagihan yang dibayar serta waktu jatuh tempo dengan tujuan pengguna dapat melunasi dengan tepat waktu.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian yang menjadi bahan referensi peneliti.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel	Alat Analisis	Hasil
1	Rofiah <i>et al.</i> (2023)	Persepsi dan Minat Penggunaan <i>PayLater</i>	Variabel dependen: Minat penggunaan <i>PayLater</i> Variabel independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan keamanan	Analisis regresi linear berganda	Persepsi manfaat dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>PayLater</i> . Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan <i>PayLater</i> .

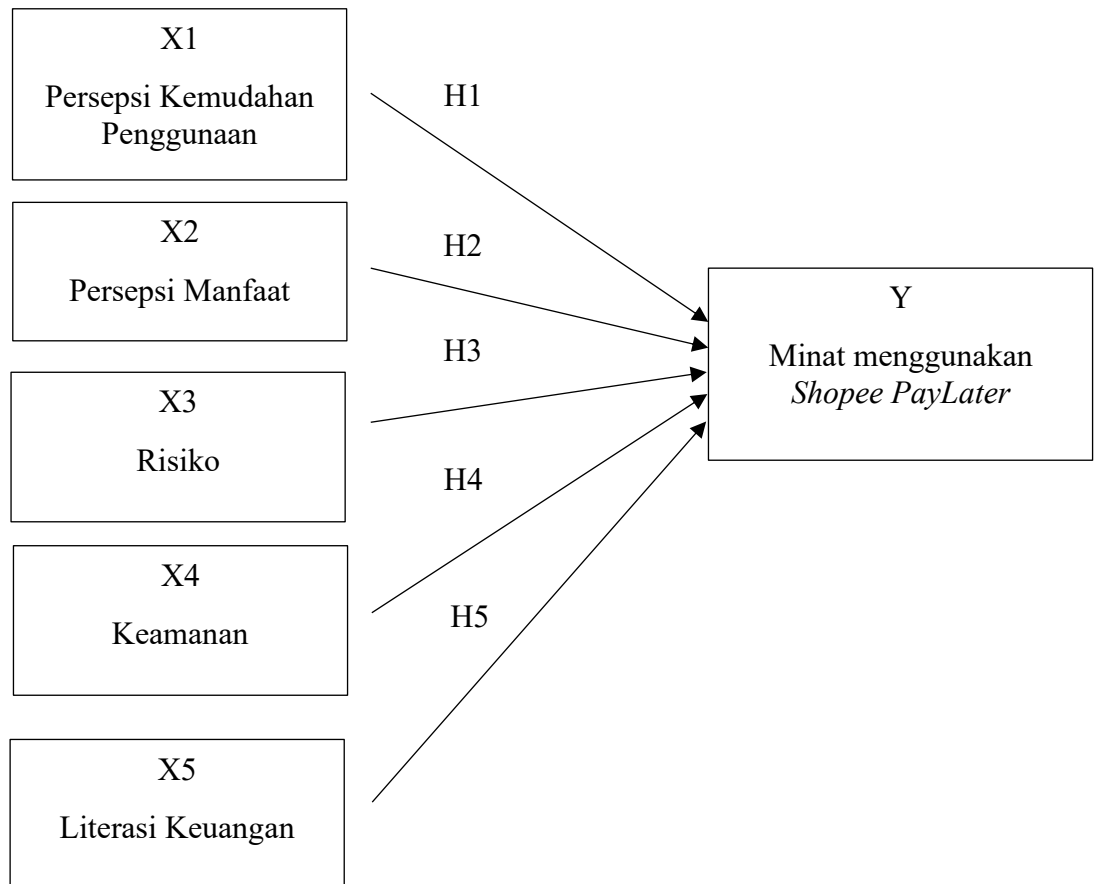
2	Nurhasanah (2023)	Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan <i>Shopee PayLater</i>	Variabel dependen: Minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> Variabel independen: Kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan	Analisis regresi linear berganda	Kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> . Manfaat dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> .
3	Andre <i>et al.</i> (2023)	Determinan Minat Menggunakan <i>Kredivo PayLater</i>	Variabel dependen: Minat menggunakan <i>Kredivo PayLater</i> Variabel independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan	Analisis regresi linear berganda	Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Kredivo PayLater</i> . Persepsi manfaat dan keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>Kredivo PayLater</i> .
4	Rizza <i>et al.</i> (2023)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat	Variabel dependen: Minat penggunaan <i>Shopee PayLater</i>	Analisis regresi linear berganda	Kemudahan penggunaan dan keamanan memberikan kontribusi secara parsial terhadap

		Penggunaan <i>Shopee PayLater</i>	Variabel independen: Kemudahan penggunaan dan keamanan		minat penggunaan <i>Shopee PayLater</i> .
5	Siregar <i>et al.</i> (2023)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan <i>Shopee PayLater</i>	Variabel dependen: Minat penggunaan <i>Shopee PayLater</i> Variabel independen: Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko	Analisis regresi linear berganda	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> .
6	Sari <i>et al.</i> (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan <i>E-wallet Shopeepay</i>	Variabel dependen: Minat menggunakan <i>e-wallet Shopeepay</i> Variabel independen: Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat	Analisis regresi linear berganda	Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-wallet Shopeepay</i> .
7	Tasya (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan <i>PayLater</i> pada Mahasiswa di Indonesia	Variabel dependen: Niat menggunakan <i>PayLater</i> Variabel independen: Literasi keuangan, kemudahan	Analisis regresi berganda	Literasi keuangan, gaya hidup, kemudahan penggunaan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>PayLater</i>

			penggunaan dan manfaat		
8	Amalia & Ima (2023)	Pengaruh <i>Technology Acceptance Model</i> terhadap Minat Mahasiswa Unisba dalam Menggunakan <i>Shopee PayLater</i>	Variabel dependen: Minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> Variabel independen: <i>Perceived ease of use, perceived usefulness, behavioral intention to use, actual system use</i>	Analisis regresi berganda	<i>Perceived ease of use, perceived usefulness, behavioral intention to use, actual system use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> .
9	Rachmah (2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat dan Kualitas Layanan bagi Mahasiswa Akuntansi terhadap Minat Menggunakan <i>Shopee PayLater</i>	Variabel dependen: Minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> Variabel independen: Literasi keuangan, manfaat dan kualitas layanan	Analisis regresi berganda	Literasi keuangan, manfaat dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Shopee PayLater</i> .

C. Kerangka Pikir

Pengaruh antar variabel dapat digambarkan dalam kerangka pikir sebagai berikut.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir

Variabel Independen : Persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), risiko (X3), keamanan (X4) dan literasi keuangan (X5)

Variabel Dependen : Minat menggunakan *Shopee PayLater* (Y)

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang diteliti karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori relevan. Belum berdasarkan fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data dan kuesioner yang telah diuji kebenarannya (Akhmad, 2023).

Berdasarkan uraian di atas hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*

Menurut Farid (2022) kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkatan dimana individu percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dimengerti dan dioperasikan. Hasil penelitian Panjalu *et al.* (2022) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Selaras dengan penelitian Alabror (2021) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Menurut Senangsa (2022) persepsi kemudahaan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Hasil penelitian Nasution *et al.* (2023) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *PayLater*. Persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan tingkat kepercayaan pengguna *Shopee PayLater* seberapa sistem mudah

digunakan dalam aktivitas dan mampu memenuhi harapan sehingga merasa puas setelah menggunakannya.

Oleh karena itu persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi minat menggunakan *Shopee PayLater*. Berdasarkan uraian di atas maka diturunkan hipotesis sebagai berikut.

H1: Diduga persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*

Persepsi manfaat menjadi salah satu faktor pengukuran penerimaan teknologi. Persepsi manfaat adalah dimana pengguna bergantung pada teknologi tersebut untuk membantu dan meningkatkan kinerja pengguna sehingga timbul rasa puas (Amalia, 2023). Hasil penelitian Lestari *et al.* (2023) persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Menurut Ernawati *et al.* (2020) persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Selaras dengan penelitian Prazadhea & Fitriyah (2023) persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Apabila pengguna *Shopee PayLater* memiliki keyakinan bahwa *Shopee PayLater* dapat memberikan manfaat maka mereka akan termotivasi untuk menggunakannya. Oleh karena itu persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee*

PayLater. Berdasarkan uraian di atas maka diturunkan hipotesis sebagai berikut.

H2: Diduga persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

3. Pengaruh risiko terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*

Menurut Tutik (2022) risiko merupakan ketidakpastian yang tidak dapat diukur tetapi dapat diprediksi. Berdasarkan penjelasan tersebut risiko dari penggunaan suatu sistem dapat menggambarkan minat individu untuk menggunakan sistem tersebut. Menurut Sekarwangi (2022) risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Selaras dengan hasil penelitian Siregar *et al.* (2023) risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Hasil penelitian Mahmud (2023) risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Menurut Ita (2022) risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Semakin tinggi risiko buruk yang muncul pada saat menggunakan *Shopee PayLater* maka minat menggunakan sistem tersebut berkurang. Dapat disimpulkan bahwa risiko penggunaan *Shopee PayLater* mempengaruhi minat menggunakannya. Berdasarkan uraian di atas maka diturunkan hipotesis sebagai berikut.

H3: Diduga risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

4. Pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*

Penghalang utama *fintech* adalah privasi dan keamanan data sehingga keamanan atas penggunaan *fintech* harus lebih diperhatikan di samping kualitas produk. Menurut Stefanus (2023) aspek keamanan teknologi perlu disempurnakan dan pemanfaatan layanan secara *prudent* dan rasional kepada masyarakat harus diprioritaskan. Hasil penelitian Stefanus (2023) keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *PayLater*.

Menurut Rizza *et al.* (2023) keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Selaras dengan penelitian Rizqi (2023) keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Melakukan transaksi secara *online* menimbulkan kekhawatiran bagi pengguna. Kekhawatiran tersebut berupa kemungkinan penyalahgunaan data pribadi pada saat pendaftaran *Shopee PayLater*.

Apabila pengguna percaya atas keamanan *Shopee PayLater* maka dapat menumbuhkan minat menggunakan sistem tersebut. Berdasarkan uraian di atas maka diturunkan hipotesis sebagai berikut.

H4: Diduga keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

5. Pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*

Salah satu penyebab kegagalan dalam mengelola keuangan adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Literasi keuangan mengacu pada tingkat pemahaman individu bagaimana uang bekerja (Nisha, 2023). Menurut Rachmah (2023) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Selaras dengan penelitian Nor *et al.* (2023) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

Menurut Diana (2021) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Selaras dengan penelitian Palimbong *et al.* (2023) literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*. Munculnya penawaran berbagai produk membuat individu harus cerdas mengambil keputusan dalam menggunakan teknologi keuangan. Tingkat pemahaman literasi keuangan dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Apabila individu memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang literasi keuangan justru akan menggunakan *Shopee PayLater* dengan bijak. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi minat menggunakan *Shopee PayLater*. Berdasarkan uraian di atas maka diturunkan hipotesis sebagai berikut.

H5: Diduga literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan di atas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
2. Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
3. Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
4. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.
5. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *Shopee PayLater*.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas peneliti memberikan saran sebagai berikut.

1. Kemudahan penggunaan *Shopee PayLater* sebaiknya dijadikan pedoman bagi mahasiswa STIE Surakarta untuk menggunakan secara bijaksana.

2. Melihat persepsi manfaat yang tinggi sebaiknya mahasiswa STIE Surakarta menggunakan *Shopee PayLater* untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat mendesak.
3. Risiko penggunaan *Shopee PayLater* menimbulkan biaya yang tidak disadari sehingga perlu adanya kontrol diri agar tidak kecanduan bertransaksi menggunakan *Shopee PayLater*.
4. Pihak *Shopee* diharapkan mampu meningkatkan perlindungan data pribadi pengguna sehingga meminimalisir kerugian dan risiko dari penggunaan *Shopee PayLater*.
5. Mahasiswa STIE Surakarta diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan pemahaman literasi keuangan dalam menggunakan *Shopee PayLater* sehingga tidak menimbulkan perilaku meminjam yang berlebihan.
6. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini serta menggunakan jumlah sampel dan wilayah yang lebih luas agar dapat meningkatkan akurasi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A. (2023). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023*. Databoks.
- Afdillah, F. Y., & Mahmud. (2023). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 1–9.
- Akhmad, F. Z. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater (Studi Pada Mahasiswa FEBI Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto)*.
- Alabror, D. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Penggunaan Shopeepay Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater*.
- Amalia, A. N., & Ima, A. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Minat Mahasiswa Unisba dalam Menggunakan Shopee Paylater. *Economics Studies*, 307–315.
- Andre, G., & Kumba, D. (2023). Determinan Minat Menggunakan Aplikasi Kredivo PayLater. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 6, 2513–2520.
- Annur, C. M. (2022). *Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada*. Databoks.
- Annur, C. M. (2023). *Mayoritas Orang Indonesia Mengakses Internet Lebih dari 6 Jam Sehari*. Databoks.
- APJII. (2023). *Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. bisnis.com.
- Basuki. (2021). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif* (A. R. Baskara (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Daniar, P. R. W., Noviansyah, R., & Bahtiar, S. R. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In M. Moh (Ed.), *Universitas Terbuka* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Dewi, Y. M. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Spaylater Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Skripsi*, 3(3), 69–70.
- Diana, P. S. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (PayLater) Pada Shopee* (Vol. 2, Issue 2).
- Farid, I. M. (2022). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Garlic, B. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yogyakarta)*.
- Hananda, L. (2022). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan*

PayLater. Universitas Islam Indonesia.

- Heny, K., & Trisna, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1).
- Heriyanto, B. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi. In H. Bambang (Ed.), *Book* (5th ed.). CV Perwira Media Nusantara.
- Herlina, Destriana, W., & Giovanny, T. (2023). Tipologi Financial Technology Paylater: Technology Acceptance Model (TAM). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(1), 207–216.
- Idris Muhammad. (2021). *Mengenal Shopee PayLater: Bunga, Skema Cicilan, dan Dendanya*. Kompas.Com.
- Imam, G. (2018). *Aplikasi Multivivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Iman, F. A., Ahmad, S., & Febliansa M. Rahman. (2023). Factors Influencing Interest in Shopee Pay Later Users in Bengkulu. *Journal of Indonesian Management*, 3(1), 57–68.
- Ita, A. W. O. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater* (Issue 8.5.2017).
- Jarot, B. D. (2020). *Layanan Perbankan Digital Makin Sering Digunakan saat Pandemi*. Databoks.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29.
- Kurnia, R. A. F. S., & Supriyanto. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Indonesian Scientific Of Islamic Finance*, 1(1), 1–21.
- Larasati, N. (2023). *Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater (Studi Pada Masyarakat Surakarta)*.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Meinika, S. D., & Yuhelmi. (2023). *Pengembangan Model TAM Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta*.
- Murdinar, H. E., Zidny, M. Z., & Mangzilatul. (2023). Dampak Kebijakan Financial Technology di Indonesia. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 15(1).
- Nasution, N. H., & Munir, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

- Minat Menggunakan Paylater *Al Buhuts*, 19, 106–121.
- Nirmala, S. I. (2021). *Indonesia Pengguna Fintech Tertinggi Ketiga di Dunia*. Katadata.Co.Id.
- Nisha, A. U. (2023). *Pemahaman Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Jasa PayLater Pada E-Commerce Di Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama)*
- Nor, H., Perwitasari, W. D., & Febri, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater Melalui Financial Technology Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo. *Mahasiswa Entrepreneur*, 2(7), 393–407.
- Nurul, A. C. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Studi Pada Masyarakat Kota Medan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- OJK. (2023). *Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 9 Maret 2023*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Palimbong, S. M., Pali, E., Biringkanae, A., & Tangdialla, R. (2023) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uki Toraja. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 277–297.
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*.
- Pera, D., Dewi, P. E., & Lazuardi Shafiera. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater pada E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2).
- Prayusi, A. D., & Ingriyani, L. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta). *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.
- Prazadhea, A. A., & Fitriyah. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Ease Of Use and Usefulness On The Use Of Shopee Paylater In Malang City Students. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2).
- Putri Altara, K., & Triyanto, E. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet (Studi kasus Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta). *JCI Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3205–3220.
- Putri, S. E., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Technology Acceptance Model Terhadap Minat Menggunakan Paylater pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 64–72.
- Rachmah, D., & Aufa, M. (2023). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan ,

- Manfaat dan Kualitas Layanan Bagi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Minat Menggunakan Paylater. *Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Risky, P. F. (2022). *Determinan Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Shopeepay*. Universitas Islam Indonesia.
- Rizqi, A. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater Di Solo Raya. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 213–235.
- Rizza, M., Banani, S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Followers Instagram Shopee). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari*, 2023(1), 279–289. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7527551>
- Rofiah, L., & Augustine, G. M. (2023). Persepsi dan Minat Penggunaan Aplikasi Paylater. *Jurnal Ilmiah Aset*, 25(1), 61–69. <https://doi.org/10.37470/1.25.1.216>
- Salsabila, P. N. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Terus Menggunakan Fitur Shopee PayLater Pada Aplikasi Shopee*. Universitas Islam Indonesia.
- Sekarwangi, P. M. (2022). Pengaruh Religiutas dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan PayLater Pada Generasi Milenial Di Kota Semarang
- Senangsa, P., & Sirait, G. M. (2022). Fasilitas Paylater (Studi Pada Mahasiswa Atma Jaya Pengguna Shopee Paylater). *Jurnal Transaksi*, 14(2), 1–15.
- Shopee. (2022). *PayLater: Pengertian, Keuntungan, dan Tips Menggunakannya*. Shopee.Com. <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/apa-itu-paylater-adalah/>
- Sidik, P., & Denok, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Della (ed.); 1st ed.). Pascal Books.
- Siregar, W. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater. *Jurnal SYNTAX TRANSFORMATION*, 4(4), 44–56. <http://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/710>
- Siswoyo, A., & Irianto, B. S. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Pengguna Aplikasi Mobile Banking. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1196–1205. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1440>
- Stefanus, K. T. (2023). The Influence of TAM Faktor on the Interest of PayLater. *Jurnal Artikel Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi*, 10(1), 162–173.
- Tasya, S. S. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan dan Manfaat Terhadap Niat Menggunakan Shopee PayLater Pada Mahasiswa di Indonesia*.
- Teti, A. (2022). *Pengaruh Keamanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap minat*

Menggunakan Fitur Shopee PayLater.

- Trisna, A., & Putu, M. L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat Keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Jurnal Ekonomi. Manajemen Dan AKuntansi*, April, 245–258.
- Tutik, S. (2022). Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater. *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurja*, 7(2), 89–105. <https://doi.org/10.35968/jbau.v7i2.899>.
- Umul, K. S., Moh, H., & Syafrudin, Z. A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology Pada Aplikasi Dana Siti. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 8(2), 22–47.
- Wibasuri, A., Rahayu, M., Adi, N. W. C., & Suryawan, I. M. Y. (2022). Minat Individu Terhadap Penggunaan E-Wallet Shopee Paylater Berbasis Modified Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 215–227. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3950>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner

Responden yang terhormat,

Perkenalkan Saya Yurike Siska Widyastuti mahasiswi Program Studi S1 Akuntansi STIE Surakarta sedang melakukan penelitian untuk keperluan Tugas Akhir dengan judul “Determinan Minat Menggunakan *Shopee PayLater* Mahasiswa STIE Surakarta”. Untuk menunjang kelancaran penelitian ini saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner dengan lengkap, objektif dan benar adanya agar kuesioner ini menghasilkan data yang valid dan akurat.

Adapun kriteria pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Mahasiswa aktif STIE Surakarta.
2. Mahasiswa yang menggunakan *Shopee PayLater* dan pernah bertransaksi minimal 1 kali.

Data yang diperoleh hanya digunakan sebagaimana mestinya sebatas untuk penelitian serta dijamin atas kerahasiaan. Atas partisipasi serta kesediaan Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Yurike Siska Widyastuti

NIM 20.22.0093

KUESIONER PENELITIAN
DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN *SHOPEE PAYLATER*
MAHASISWA STIE SURAKARTA

A. Identitas Responden

Nama	:	
Jenis Kelamin	:	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
Program Studi	:	☐ Akuntansi ☐ Manajemen
Kelas	:	☐ R1 ☐ R2
Angkatan	:	☐ 2018 ☐ 2019 ☐ 2020 ☐ 2021 ☐ 2022 ☐ 2023
Usia	:	☐ 17-20 Tahun ☐ 21-25 Tahun ☐ > 26 Tahun

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Setiap satu pernyataan hanya ada satu jawaban responden cukup memberikan tanda (✓) pada kolom yang telah disediakan. Setiap angka akan mewakili pendapat responden dengan keterangan sebagai berikut.

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

No	Pernyataan	Penilaian			
		1	2	3	4
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)					
1	Shopee PayLater mudah dipelajari				
2	Shopee PayLater mudah digunakan				
3	Pengguna diberikan kesempatan memilih periode cicilan				
4	Pengguna diberikan kemudahan dalam membayar tagihan				
Sumber : Akhmad (2023)					
Persepsi Manfaat (X2)					
1	Shopee PayLater membantu pembayaran lebih cepat				
2	Shopee PayLater menghemat waktu transaksi				
3	Shopee PayLater memberikan bunga yang rendah				
4	Shopee PayLater menghemat biaya transaksi				
Sumber : Lilis (2023)					
Risiko (X3)					
1	Saya merasa penggunaan Shopee PayLater berisiko				
2	Saya merasa risiko Shopee PayLater merugikan				
3	Saya merasa risiko yang ditimbulkan Shopee PayLater merugikan sehingga harus bijak dalam menggunakan				
Sumber : Nurul (2021)					
Keamanan (X4)					
1	Saya merasa aman memberikan informasi pada Shopee PayLater				
2	Saya merasa aman bertransaksi menggunakan Shopee PayLater				
3	Secara keseluruhan Shopee PayLater merupakan fitur yang aman				
Sumber : Salsabila (2022)					
Literasi Keuangan (X5)					
1	Saya membuat rencana anggaran				
2	Saya mengetahui konsep asuransi dan jenisnya				
3	Saya mengetahui konsep investasi dan jenisnya				
4	Saya memahami konsep tabungan dan pinjaman				
5	Saya membayar pinjaman tepat waktu				
Sumber : Diana (2021)					
Minat Menggunakan Shopee PayLater (Y)					
1	Saya berminat menggunakan Shopee PayLater				
2	Saya berminat selalu menggunakan Shopee PayLater				
3	Saya merasa Shopee PayLater layak digunakan di masa depan				
Sumber : Farid (2022)					