

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)
TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER**

RINGKASAN SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

LEDY KRISMAYANTI SILANGIT

111729857

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
JANUARI 2024**

TUGAS AKHIR

PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

LEDY KRISMAYANTI SILANGIT

No Induk Mahasiswa: 111729857

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Senin tanggal 29 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

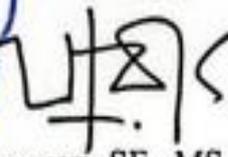
Pembimbing



Erlina Herowati, Dra., M.Si., Ak.



Penguji



Lita Kusumasari, SE., MSA., Ak., CA.

Yogyakarta, 29 Januari 2024

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta

Ketua



Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER

Ledy Krismayanti Silangit

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara

ABSTRACT

This research analyzes the Technology Acceptance Model (TAM) theory in the intention behavior using Shopee Paylater. The purpose of this study is to determine the influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on the behavioral intention of Shopee PayLater users. The respondents for this research are individuals familiar with the Shopee e-commerce platform and are aware of the Shopee PayLater payment method. After testing, the results indicate that Perceived Usefulness has a significant positive effect on the behavioral intention of Shopee PayLater users. The significant impact of Perceived Usefulness on the behavioral intention of Shopee PayLater users is 16.2%. However, Perceived Ease of Use does not have a significant impact on the behavioral intention of Shopee PayLater.

Keywords: TAM, Perceived usefulness, Perceived ease of use, behavioral intention, Shopee PayLater.

Pendahuluan

E-commerce menyediakan kemudahan berbelanja dan juga didukung dengan pembayaran secara virtual (Deden Rahmat, 2023). E - commerce paling populer di Indonesia pada tahun 2022 adalah Shopee, kemudian disusul oleh Tokopedia dan yang lainnya. Hal ini dapat diartikan bahwa minat berbelanja online di *e-commerce* Shopee juga cenderung meningkat.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Shopee *paylater* juga menjadi salah satu *paylater* paling banyak digunakan di tahun 2023. Fenomena ini menunjukkan adanya perilaku yang berubah dari konsumen berkaitan dengan pembayaran digital. Berdasarkan pada fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap minat masyarakat dalam menggunakan Shopee *Paylater*. Model TAM merupakan sebuah konsep yang telah banyak digunakan untuk memahami penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh individu. Kerangka kerja ini didasarkan pada dua konstruk utama, yaitu persepsi tentang kegunaan (*Perceived usefulness*) dan persepsi tentang kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) sebuah teknologi (Davis, 1989). Penelitian ini menjadi sangat relevan dalam konteks perubahan teknologi dalam perilaku konsumen dan inovasi dalam pembayaran digital. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan Shopee *Paylater*, pedagang dan penyedia layanan finansial dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Faktor kepercayaan terhadap produk juga berpengaruh dalam penggunaan layanan uang elektronik. Kelebihannya yakni dapat mempermudah transaksi keuangan secara mudah hanya melalui ponsel dan kekurangan dari Shopee *paylater* adalah sistem penagihan yang belum terstruktur dan terkadang masyarakat abai terhadap penagihan tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji ulang berkaitan dengan Pengaruh persepsi pengguna tentang manfaat (*Perceived usefulness*) dan persepsi pengguna tentang kemudahan (*Perceived ease of use*) terhadap penggunaan Shopee *Paylater* dengan berdasar pada Teori *Technology Acceptance Model* (TAM).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TINJAUAN TEORI

Latar belakang

Teori TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah pengembangan dari teori psikologi yang mana menjelaskan perilaku pengguna teknologi berdasarkan hubungan perilaku, niat, sikap, dan keyakinan. Ide yang terkandung dalam teori TAM (*Technology Acceptance Model*) dapat berdampak signifikan terhadap minat dalam menggunakan teknologi yang baru (Desita & Dewi, 2022). Model TAM menjelaskan variabel kegunaan dan kemudahan penggunaan sebagai faktor yang menentukan kepercayaan untuk setiap tindakan. Model TAM memberikan paparan aspek perilaku penggunaan teknologi yang telah terbukti secara empiris. TAM memiliki dua faktor utama yang menentukan penerimaan pengguna terhadap teknologi baru yaitu manfaat dan kemudahan penggunaan (Herlina et al.) TAM merupakan teori yang paling relevan dalam kajian penerimaan teknologi keuangan baru yaitu *Shopee Paylater*. TAM juga dianggap mampu menjelaskan langsung kemudahan dan manfaat terhadap minat pengguna dalam menggunakan *shopee paylater*. Persepsi kemudahan (*Perceived ease of use*) Kemudahan penggunaan mengarah pada tingkat kepercayaan dari pengguna dalam menggunakan teknologi dan proses penggunaannya tidak memerlukan banyak usaha (Davis, 1989). Persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor dapat menjelaskan mengapa seseorang tertarik menggunakan sistem informasi. Kemudahan penggunaan teknologi dapat menjelaskan mengapa seseorang tertarik menggunakan teknologi tersebut. Persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) Persepsi kemudahan terhadap teknologi informasi meningkatkan efektivitas sistem dari teknologi tersebut. Jika seseorang percaya bahwa teknologi informasi berguna

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dalam mendukung proses sehari-hari, mereka akan menggunakan sistem tersebut secara terus menerus (Davis, 1989). Seseorang akan semakin sering menggunakan sebuah teknologi apabila orang tersebut merasakan atau berpersepsi bahwa teknologi tersebut membawa manfaat pada kehidupannya. Sikap tersebut dapat terlihat ketika seseorang ditawarkan atau mulai mengenal teknologi baru. Sikap dapat diterjemahkan dalam beberapa indikator yaitu cara pandang, emosi, dan komponen yang berkaitan dengan perilaku. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur minat perilaku dalam menggunakan teknologi adalah motivasi untuk selalu menggunakan teknologi tersebut dan keinginan untuk menggunakan untuk diri sendiri dan mempengaruhi orang lain untuk menggunakannya juga. Perilaku berkaitan dengan teknologi dapat diartikan sebagai keadaan sesungguhnya dalam menggunakan teknologi tersebut. Seseorang yang benar benar menggunakan teknologi tersebut merupakan orang yang dalam kondisi nyata pengguna teknologi yang dimaksud. Model *Technology Acceptance Model (TAM)* dapat digambarkan sebagai berikut (Davis, 1989): Gambar 3 *Technology Acceptance Model (TAM)* Penelitian ini menggunakan *Perceived usefulness* dan *Perceived ease to use* terhadap penggunaan *Shopee Paylater*. *Perceived usefulness* dalam penelitian ini merupakan persepsi atau pemikiran pengguna bahwa teknologi berupa *shopee paylater* ini membawa manfaat. *Perceived ease to use* dalam penelitian ini merupakan persepsi pengguna atau calon pengguna bahwa *shopee paylater* mudah digunakan, mudah dipahami, mudah dioperasikan, dan mudah didapatkan. Berdasarkan dua kata tersebut dapat diartikan bahwa fintech merupakan layanan keuangan berbasis teknologi (Susilo et al. Fintech) dapat membuat model bisnis baru dengan pembayaran serba mudah menggunakan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

bantuan teknologi dan dapat membuat perusahaan lebih efisien. Penelitian ini berfokus pada fintech berupa p2p yaitu Shopee *Paylater* sebagai media pembayaran pinjaman dana untuk membeli produk di aplikasi Shopee. Shopee *Paylater* merupakan alat pembayaran yang berupa peer to peer lending atau cicilan online (Setiyono et al.) Shopee *Paylater* merupakan aplikasi yang melekat pada aplikasi e – commerce Shopee yang dapat diakses menggunakan smartphone maupun web. Shopee *Paylater* merupakan pinjaman online yang skemanya yaitu membeli barang dengan hutang menggunakan shopee *paylater* dan kemudian pembeli mengangsur kepada shopee *paylater* tersebut. Layanan ini sangat mudah digunakan dan dapat digunakan dalam manajemen keuangan. Ketika pelanggan membutuhkan sesuatu yang harus dibeli namun ingin melakukan manajemen keuangan maka bisa menunda pembayaran dengan fitur shopee *paylater* ini. Kelebihan shopee *paylater* yaitu kemudahan cicilan dan manajemen keuangan tanpa kartu kredit, dapat menjadi solusi ketika kondisi mendesak, prosesnya mudah, bunga yang tidak terlalu tinggi, dan merupakan fintech resmi.

Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya terkait pengembangan hipotesis, peneliti membangun kerangka penelitian sebagai berikut:

H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater*.

H2: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh responden yang dituju sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dan dapat mewakili populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Shopee *paylater* di Indonesia. Sedangkan sampel dalam penelitian ini diambil dengan *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu (Ghozali, 2018b). Penelitian ini mengambil sampel dengan tujuan yang dekat dengan peneliti agar mudah pengambilan data dan dengan kriteria usia lebih dari 17 tahun dengan asumsi mampu memahami pertanyaan yang ada.

Sumber Data dan Kriteria Responden

Sumber data penelitian ini menggunakan data primer atau data yang diambil langsung dari responden. Data dikumpulkan dengan cara penyebaran keusioner secara digital yaitu menggunakan *Google form*. Link *google form* disebarakan menggunakan media sosial kepada responden yang memenuhi kriteria.

Kriteria responden yang dipilih yaitu usia minimal 17 tahun dan mengetahui Shopee dan Shopee *Paylater*. Kuesioner dibuat dengan pertanyaan tertutup dengan skala likert 4 poin dengan poin 4 Sangat Setuju dengan pernyataan, 3 Setuju, 2 Tidak setuju, dan 1 Sangat Tidak Setuju.

Definisi Operasional Variabel

Masing masing variabel peneliti jabarkan dalam definisi operasional. Definisi operasional ini peneliti ambil dari penelitian sebelumnya. Definisi operasional penelitian ini dirangkum dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Definisi operasional	Acuan
<i>Perceived usefulness</i>	Persepsi pengguna atau calon pengguna terhadap Shopee <i>Paylater</i> bahwa Shopee <i>Paylater</i> memberikan manfaat ketika digunakan	(Adesinasi, 2012; Finannafi'ah & Witono, 2022; Venkatesh & Davis, 2000)
<i>Perceived ease of use</i>	Persepsi pengguna atau calon pengguna terhadap Shopee <i>Paylater</i> bahwa Shopee <i>Paylater</i> mudah digunakan dan dipahami	(Adesinasi, 2012; Finannafi'ah & Witono, 2022; Venkatesh & Davis, 2000)
<i>Behavioral intention</i>	Niatan untuk menggunakan Shopee <i>Paylater</i> dan cenderung menggunakannya	(Purnamasari et al., 2021; Venkatesh & Davis, 2000)

Metode dan Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis pertama yang dilakukan peneliti adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis yaitu gambaran demografi berupa persebaran usia, pendapatan, pekerjaan, dan jenis kelamin responden. Informasi karakteristik responden dapat digunakan sebagai tambahan informasi hasil uji hipotesis dan dapat juga dikaitkan dengan interpretasi penelitian nantinya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sah atau tidaknya sebuah pertanyaan kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika mampu menggambarkan indikator atau variabel yang ada. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan pengujian Analisis Faktor yaitu melihat *Rotated Component Matrix* yang berada dalam satu kelompok variabel dan memiliki angka *Cross Loading* > 0.5 . Ketika angka *Cross Loading* semua pertanyaan di > 0.5 dan berada dalam matrik yang sama maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2018a).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk melihat konsistensi pertanyaan kuesioner. Konsistensi yang dimaksud adalah jika pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini digunakan kembali dalam penelitian lain dengan variabel yang sama maka pertanyaan dalam penelitian ini dapat menggambarkan variabel secara konsisten. Pengujian reliabilitas menggunakan SPSS dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan pada Tabel 3.2. Tabel tersebut sesuai dengan buku Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Ghozali, 2018a).

Tabel 3.2.

Batas Pengujian Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
$< 0,21$	Kurang Reliabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

0,21 – 0,40	Agak Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
>0,80	Sangat Reliabel

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji pengaruh yaitu pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pengujian dilakukan menggunakan SPSS dengan uji t dan uji f. Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel X1 dan variabel X2 masing masing terhadap variabel Y. Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel X1 dan variabel X2 secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel Y.

Variabel X dianggap berpengaruh signifikan terhadap variabel Y jika nilai prob atau sig di bawah alpha yang ditentukan yaitu 0.05. Pengaruh positif atau negative (melihat arah pengaruh) dapat ditentukan dari nilai koefisien positif atau negatif.

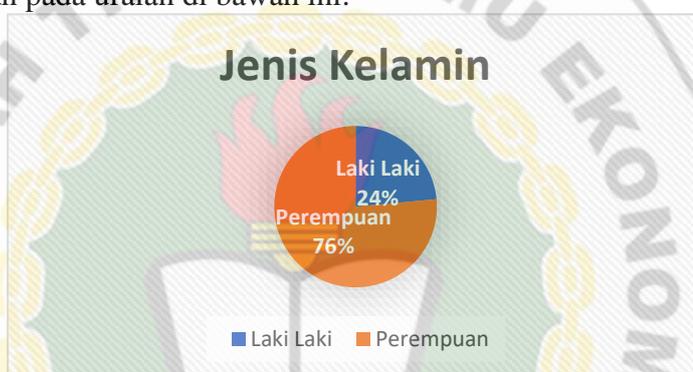
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASA

Analisis Statistika Deskriptif

Responden yang dianalisis dalam penelitian ini adalah pengguna *e – commerce* Shopee khususnya yang mengetahui tentang adanya fasilitas Shopee *PayLater* dalam *e – commerce* Shopee. Kriteria lain yaitu pengguna Shopee yang telah berusia 17 tahun ke atas karena usia tersebut dianggap mampu memahami dengan baik pertanyaan yang diajukan dan juga sudah dapat mengambil keputusan sendiri dalam melakukan pembelian. data diperoleh dari kuesioner

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

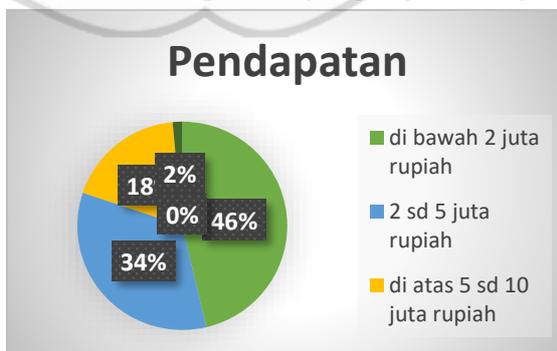
dengan pertanyaan tertutup. Kuesioner dikelola menggunakan *Google form* dan disebarluaskan menggunakan media online. Kuesioner disebarluaskan selama satu bulan. Peneliti mendapatkan 181 responden yang mengisi kuesioner namun hanya 136 responden yang dapat diolah karena 45 orang belum mengetahui atau belum pernah menggunakan Shopee PayLater. Peneliti melakukan olah data statistis deskriptif untuk mengetahui data demografis responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Hasil pengolahan statistis deskriptif di jelaskan pada uraian di bawah ini:



Sumber: Data Primer diolah, 2024

Diagram 4.1 Data Jenis Kelamin Responden

Diagram 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan yaitu sebanyak 104 responde atau sebesar 76%, sisanya yaitu 32 responden laki – laki sebesar 24% dari total responden yang digunakan yaitu 136 orang.

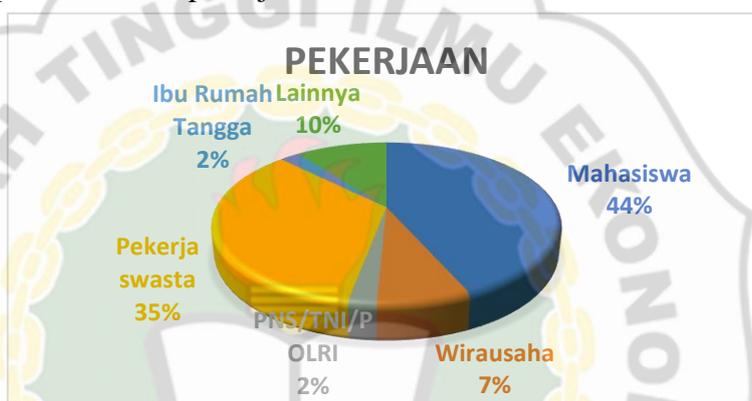


Sumber: Data Primer diolah, 2024

Diagram 4.2 Data Pendapatan Respon

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Merujuk pada Diagram 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak adalah memiliki pendapatan di bawah 2 juta rupiah yaitu sebanyak 63 orang atau setara dengan 46% dari total responden. Kemudian disusul oleh pendapatan 2 sampai dengan 5 juta rupiah yaitu sebanyak 34%. Secara rata – rata responden memiliki pendapatan sekitar 2 sampai 5 juta rupiah karena pekerjaan responden terbanyak adalah mahasiswa yang pekerja wiraswasta yang ditampilkan pada Diagram 4.3 Berdasarkan diagram tersebut dapat dilihat bahwa 44% responden adalah mahasiswa dan 35% responden adalah pekerja swasta.

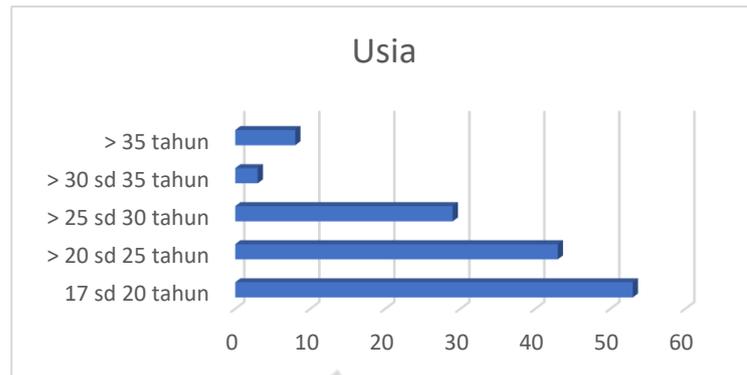


Sumber: Data Primer diolah, 2024

Diagram 4.3 Data Pekerjaan Responden

Berdasarkan Diagram 4.4 dapat dilihat bahwa dari 136 responden dalam penelitian ini, 53 orang diantaranya berusia 17 sampai dengan 20 tahun. Kemudian 43 orang berusia antara lebih dari 20 tahun sampai dengan 25 tahun, 19 orang berusia antara lebih dari 25 tahun sampai dengan 30 tahun, sisanya memiliki usia lebih dari 30 tahun. Jika dilakukan rata – rata, maka usia rerata responden adalah 20 tahun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini adalah generasi muda dan milenial dan dekat dengan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi ini tentu erat hubungannya dengan keberadaan *e – commerce* khususnya Shopee dan alat pembayaran Shopee *PayLater*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Sumber: Data Primer diolah, 2024

Diagram 4.4 Data Usia Responden

Analisis Kualitas Data

Hasil Uji Validitas

Uji validitas memiliki tujuan untuk melihat apakah kuesioner yang digunakan dapat menggambarkan variabel yang digunakan. Peneliti melakukan pengujian menggunakan SPSS dan hasil pengujian diringkas dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Pernyataan	Loading Factor			Keterangan
		1	2	3	
<i>Perceived usefulness</i> (X2)	BENEFIT1	0,713			Valid
	BENEFIT2	0,851			
	BENEFIT3	0,835			
	BENEFIT4	0,821			
	BENEFIT5	0,822			
<i>Perceived ease of use</i> (X1)	EASY1		0,750		Valid
	EASY2		0,803		
	EASY3		0,780		
	EASY4		0,770		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	EASY5		0,767		
<i>Behavioral intention</i> (Y)	INT1			0,714	Valid
	INT2			0,844	
	INT3			0,828	
	INT4			0,814	
	INT5			0,863	
	INT6			0,695	

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 semua item pertanyaan berada dalam kolom yang sama dan memiliki nilai *Loading Factor* lebih dari 0.5. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid dan mampu menggambarkan variabel yang digunakan.

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil olah data pengujian Reliabilitas disajikan dalam Tabel 4.2. Berdasarkan Tabel 4.2 nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini sangat reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,8, hal ini memiliki makna bahwa semua pertanyaan dalam variabel konsisten jika digunakan untuk penelitian di waktu yang berbeda.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Status
<i>Perceived usefulness</i>	0,946	Sangat Reliabel
<i>Perceived ease of use</i>	0,912	Sangat Reliabel
<i>Behavioral intention</i>	0,878	Sangat Reliabel

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yaitu *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater*. Hasil uji F ditampilkan pada Tabel 4.4.

Tabel 4. 3 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	F	Sig.	Kesimpulan
Regression	178,788	8,204	0,000	Berpengaruh Signifikan
Residual	1939,544			
Total	2118,,311			

Dependent Variabel: INT

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil Uji F pada Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian yaitu *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use*, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater*. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai Sig. dari hasil uji F sebesar 0,000 kurang dari batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05.

Hasil Uji T

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Salah satu uji hipotesis yang peneliti lakukan adalah Uji T. Tujuan dari Uji T adalah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji T dalam penelitian ini menggunakan alat SPSS dengan uji Regresi dengan hasil yang ditampilkan pada Tabel 4.3. Total responden yang digunakan yaitu 136 orang dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel 4. 4 Hasil Uji T

Model	Konstanta	t	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	19,766	22,742	0,000	-
BENEFIT	0,162	2,011	0,046	Hipotesis 1 diterima
EASY	0,086	0,806	0,421	Hipotesis 2 ditolak

Dependent Variabel: INT

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berikut ini adalah penjabaran dari Hasil Uji T yang tertera dalam Tabel 4.3:

1. Hasil hipotesis 1 (H1) menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,046 kurang dari tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05. Sehingga H1 diterima, *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater. Besar pengaruh *Perceived usefulness behavioral intention* terhadap pengguna Shopee PayLater adalah 16,2% dilihat dari nilai konstanta yaitu sebesar 0,162.
2. Hasil hipotesis 2 (H2) menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,421 lebih dari 0,05. Sehingga H2 ditolak, *Perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan peneliti untuk melihat seberapa besar atau sejauh mana variabel independen dalam penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini ditampilkan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,291	0,084	0,074

Predictor (constant): EASY, BENEFIT

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi pada Tabel 4.5 terlihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,074 atau 7,4%. Hal ini memiliki arti bahwa *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater* dijelaskan oleh variabel *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* sebesar 7,4%, sisanya 92,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal ini terjadi karena variabel independen dalam penelitian ini hanya dua variabel saja.

Pembahasan

Perceived usefulness terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater

H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater.

Pengujian analisis hipotesis 1 (H1) menggunakan Uji T menunjukkan nilai Sig. 0,046 yaitu lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima. *Perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

intention pengguna Shopee *PayLater*. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi manfaat dapat berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pengguna untuk mau menggunakan *fintech paylater* (Purnamasari et al., 2021).

Pengaruh *Perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater adalah pengaruh positif signifikan hal ini dapat dilihat dari nilai konstanta dalam Tabel 4.1 yaitu positif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin seseorang berpersepsi bahwa Shopee PayLater membawa manfaat maka minat perilaku untuk menggunakan Shopee PayLater semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan mempengaruhi minat menggunakan *fintech paylater* (Hasanah Jaya Asja et al., 2021). Selain itu teori TAM juga menyebutkan bahwa persepsi kemudahan membuat pengguna dan calon pengguna memiliki minat yang tinggi untuk menggunakan teknologi terbaru (Venkatesh & Davis, 2000), dalam penelitian ini adalah alat pembayaran Shopee Paylater. Responden dalam penelitian ini juga memiliki rerata usia muda yaitu usia 20 tahun. Usia muda cenderung menginginkan sesuatu yang dapat memudahkan khususnya dalam hal bertransaksi. Shopee Paylater hadir dengan membawa kemudahan dan dapat dimanfaatkan untuk manajemen keuangan.

Perceived ease of use terhadap behavioral intention pengguna Shopee PayLater

H2: *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater

Pengujian analisis hipotesis 2 (H2) menggunakan Uji T menunjukkan nilai Sig. 0,421 yaitu lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 ditolak. *Perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater. Hal ini terjadi dimungkinkan karena melihat usia responden yang rerata merupakan generasi muda yang cenderung mudah beradaptasi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dengan teknologi baru, sehingga persepsi kemudahan bukan menjadi hal yang signifikan dalam perilaku menggunakan *fintech*. Generasi muda cenderung cepat dalam menerima perkembangan teknologi dan tidak membutuhkan waktu yang lama dalam mempelajari teknologi baru, sehingga kemudahan bukan merupakan faktor utama dalam memilih alat pembayaran berbasis teknologi yang paling sesuai. Hal ini juga terjadi pada mahasiswa pengguna Shopee Paylater di Jember yang dianalisis oleh peneliti sebelumnya. Peneliti sebelumnya menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater (Hasanah Jaya Asja et al., 2021; Kartika, 2023).

***Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater**

Tabel 4.4 menunjukkan Uji F dari *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai Sig. setelah dilakukan uji F adalah sebesar 0,000 atau kurang dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Hal ini memiliki arti bahwa *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater. *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* jika diuji secara bersama mempengaruhi *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater. Besar pengaruh yang muncul tampak pada nilai adjusted R Square yaitu sebesar 7,4%.

Variabel *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* sebesar 7,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan *digital payment* (Nurhasanah, 2023). Shopee Paylater hadir

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

membawa kemudahan dan juga manfaat bagi penggunaanya dalam manajemen keuangan.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Hipotesis 1 (H1) diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater, dengan nilai signifikansi 0,046.
2. Hipotesis 2 (H2) ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *Perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater, dengan angka Sig. sebesar 0,421.
3. Secara bersama-sama dua variabel dalam penelitian ini yaitu *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater. Nilai signifikansi sebesar 0,000.
4. Variabel *behavioral intention* pengguna Shopee PayLater dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived usefulness* dan *Perceived ease of use* sebesar 7,4%.

Saran

1. Bagi perusahaan Shopee terkhusus pengelola Shopee *PayLater*
Melihat hasil penelitian ini bahwa persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater*, maka perusahaan Shopee *PayLater* sebaiknya berfokus pada faktor yang mempengaruhi yaitu persepsi atas manfaat dari Shopee *PayLater*. Kampanye dan dorongan agar masyarakat mau menggunakan Shopee *Paylater* dapat difokuskan pada manfaat-manfaat yang diperoleh pengguna ketika menggunakan Shopee *Paylater*.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yang mempengaruhi *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater* sehingga nilai *Ajusted R square* rendah, oleh sebab itu penelitian selanjutnya sebaiknya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater*.

- b. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden agar penelitian sejenis lebih mencakup banyak sudut pandang.
- c. Penelitian selanjutnya dapat mendalami peran *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater* terhadap kondisi keuangan seseorang.
- d. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis bagaimana peranan *behavioral intention* pengguna Shopee *PayLater* dalam perikonomian Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adesinasi, B. (2012). *Mobile Banking Adoption and Consumer Behaviour In Nigeria*. Master Thesis, London School Of Business and Finance.
- Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan Nabilah. *E-JA e-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1749–1766.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. 13(3), 319–340.
- Deden Rahmat, N. A. A. (2023). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Minat Mahasiswa Unisba Dalam Menggunakan Shopee Paylater. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(2), 307–315. <https://doi.org/10.29313/bcses.v3i2.7759>
- Desita, W., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan , Persepsi Kemudahan Penggunaan , Persepsi Risiko , Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik*. 13(1), 115–124.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dan Bisnis, 10(1), 172–182.

Ghozali, I. (2018a). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.).

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018b). *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program IBM SPSS 24*.

Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gupta, S., & Agrawal, A. (2021). Analytical Study of Fintech in India: Pre & Post Pandemic Covid-19. *Indian Journal of Economics and Business*, 20(3), 33–71.

<http://www.ashwinokha.com/IJEB.php>

Hasanah Jaya Asja, Santi Susanti, & Achmad Fauzi. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.

<https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>

Herlina, Destriana Widyaningrum, & Giovanni Theotista. (2023). Tipologi Financial Technology Paylater: Technology Acceptance Model (TAM). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 2(1), 207–216. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v2i1.2417>

Kartika. (2023). Persepsi Kemudahan, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Perilaku Menggunakan Aplikasi Shopee PayLater. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Flores*, 13(1), 01–15. <https://doi.org/10.37478/als.v13i1.2502>

Nurhasanah, L. (2023). *Pengaruh kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater*. 31–41.

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.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3).

Rahadi, D. R. (2020). *FINANCIAL Technology* (Issue Februari). PT. Filda Fikrindo.

Setiyono, W. P., Sriyono, & Prapanca. (2021). Financial technology. In *Umsida Press*.

Srivastava, S., Sinha, A., & Shunmugasundaram, V. (2023). Adoption of Fintech Services in Uttar Pradesh: Using Extended Tam. *Advances in Business Related Scientific Research Journal*, 14(1), 27–44.

Susilo, A. Z., Iksan Prabowo, M., Taman, A., Pustikaningsih, A., & Samlawi, A. (2019). A comparative study of factors affecting user acceptance of go-pay and OVo as a feature of Fintech application. *Procedia Computer Science*, 161, 876–884.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.195>

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies. *Management Science Publication*, 46(2), 186–204.

Widodo, D. A. S. F. M. W. (2020). Financial technology. In *Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
<https://doi.org/10.4324/9780429344015-2>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



repository.stieykpn.ac.id