

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, RISIKO DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*  
(Studi Pada Masyarakat Surakarta)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**LARASATI NURHASANAH  
NIM. 19.52.31.094**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, RISIKO DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*  
(Studi Pada Masyarakat Surakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

**Larasati Nurhasanah**

**NIM. 19.52.31.094**

Sukoharjo, 30 Maret 2023

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



**Meilana Widvaningsih, S.E.Sv., M.E**

**NIP 19920518 202012 2013**

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : LARASATI NURHASANAH

NIM : 19.52.31.094

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN MAS  
SAID SURAKARTA

Terkait skripsi yang berjudul "PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER* (Studi Pada Masyarakat Surakarta)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari masyarakat Surakarta. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 30 Maret 2023



Larasati Nurhasanah



## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : LARASATI NURHASANAH  
NIM : 19.52.31.094  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN MAS  
SAID SURAKARTA

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul "PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER* (Studi Pada Masyarakat Surakarta)".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Sukoharjo, 30 Maret 2023



Larasati Nurhasanah

Meilana Widyaningsih, S.E.Sy., M.E  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

### NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Larasati Nurhasanah

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Larasati Nurhasanah, NIM : 19.52.31.094 yang berjudul:

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, RISIKO DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER* (Studi Pada Masyarakat Surakarta)**

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkanya permohonan ini disampaikan terimakasih.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Sukoharjo, 30 Maret 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi



Meilana Widyaningsih, S.E.Sy., M.E  
NIP 19920518 202012 2013



**PENGESAHAN**

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, RISIKO DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*  
(Studi Pada Masyarakat Surakarta)**

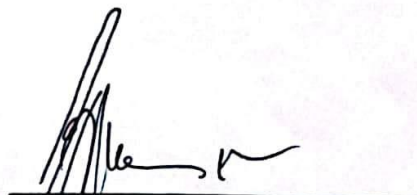
Oleh :

**LARASATI NURHASANAH**  
**NIM. 19.52.31.094**


Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Kamis tanggal 08 Mei 2023 M / 17 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Helmi Haris, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 19810228 200801 1 005



Penguji II  
Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I.  
NIP. 19640101 199403 2 002



Penguji III  
Alvin Yahya, S.H., M.H.  
NIK. 19821113 201701 1 1091



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

## **MOTTO**

“Kamu bukan beban keluarga, kamu adalah harapan keluarga. Kamu anugerah dalam keluarga. Percayalah, suatu saat nanti kamu akan membahagiakan orang tuamu”

(Penulis)

“Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakannya”

(Nabi Muhammad SAW)

“Bukan Allah tidak tahu isi hati, barangkali sengaja Allah tangguhkan keinginan. Sebab ada yang lebih baik dan telah Allah siapkan”

(Bait Dakwah)

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahirrobbil' alamin*

Tiada daya upaya dan kekuatan melainkan atas pertolongan Allah SWT

Kupersembahkan dengan cinta dan doa. Karya yang sederhana ini untuk:

Bapak Sukono dan Ibu Bibit tercinta,

Adikku Happy tersayang,

Keluarga Besarku,

Rofiq Romadhona dan Sahabat-Sahabatku,

Yang selalu memberi dukungan, doa, dan kasih sayang tak terhingga kepadaku.

Yang selalu menghibur dan memberi semangat. Atas bantuan dan dorongannya menjadi motivasi dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Yang tulus dan tiada ternilai besarnya. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT dan mendapat balasan kebaikan dari-Nya.

Diriku sendiri

Yang telah berhasil menyelesaikan skripsi ini

Almamater tercinta, UIN Raden Mas Said Surakarta



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirahim*

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillahirobbil 'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Pada Masyarakat Surakarta)”. Proposal skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan proposal ini terdapat banyak hambatan yang Alhamdulillah dapat teratasi berkat dukungan, bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, doa terbaik sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.E.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Meilana Widyaningsih, S.E.Sy., M.E., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak membantu, memberi saran dan mengarahkan serta

bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Staff akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah membantu kelancaran dalam urusan administrasi.
7. Tim Penguji Skripsi yang telah menguji dan memberikan masukan.
8. Kedua orang tua, Bapak Sukono dan Ibu Bibit terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah terlupakan.
9. Rofiq Romadhona selaku patner spesial saya, yang selalu memberi doa, dukungan dan semangat. Terimakasih atas bantuan, saran, diskusi dan kerja samanya.
10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Untuk semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga diberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.
11. Seluruh responden masyarakat Surakarta yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian penelitian ini.
12. Keluarga besar Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

13. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian proposal skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata dengan segala keterbukaan, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sehingga proposal ini bermanfaat tidak hanya penulis tapi juga untuk almamater tercinta dan masyarakat umum.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 30 Maret 2022

Penulis



## **ABSTRACT**

*This research aims to find of and analyze the effect of simplicity, usefulness, risk, and trust on the use of shopee paylater. Applying the Technology Acceptance Model (TAM) theory as the basis of research. The sampling technique used was purposive sampling with the criteria for respondents that have been defined.*

*This research uses quantitative research methods using questionnaires as data collection material offline and online, the sample used in this research was 100 shopee user respondents in Surakarta. The data was analyzed through SPSS software version 25. With multiple regression tests and partial t tests.*

*The results of the study indicate that 1) ease has a positive and significant effect on interest in using shopee paylater. 2) usefulness does not have a positive and significant effect on interest in using shopee paylater. 3) risk has no positive and significant effect on interest in using shopee paylater. 4) trust has a positive but insignificant effect on interest in using shopee paylater.*

*Keywords: Technology Acceptance Model, Ease, Usefulness, Risk, Trust, and Interest*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan, manfaat, resiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan shopee *paylater*. Dengan menerapkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria – kriteria responden yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai bahan pengumpulan data secara offline dan online, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pengguna shopee di Surakarta. Data dianalisis melalui software SPSS versi 25. Dengan uji regresi berganda dan uji parsial t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. 2) manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. 3) risiko tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. 4) kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

Kata Kunci: *Technology Acceptance Model*, Kemudahan, Manfaat, Risiko, Kepercayaan, dan Minat

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Penelitian.....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Jadwal Penelitian .....	10
1.7. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	12
2.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	12
2.1.1. Pengertian <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	12
2.1.2. Komponen <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	13
2.2. Minat.....	16
2.2.1. Pengertian Minat .....	16
2.2.2. Dimensi Minat.....	17



2.2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat.....	17
2.3. <i>Financial Technology</i> .....	18
2.3.1. Pengertian <i>Financial Technology</i> .....	18
2.3.2. Manfaat <i>Financial technology</i> .....	19
2.3.3. Jenis-jenis <i>Financial technology</i> .....	20
2.4. <i>Shopee Paylater</i> .....	23
2.4.1. Pengertian dan Perkembangan <i>Shopee Paylater</i> .....	23
2.4.2. Kelebihan dan Kekurangan <i>Shopee Paylater</i> .....	25
2.5. Kemudahan .....	28
2.5.1. Pengertian Kemudahan .....	28
2.5.2. Indikator Kemudahan .....	29
2.6. Manfaat .....	30
2.6.1. Pengertian Manfaat .....	30
2.6.2. Indikator Manfaat.....	31
2.7. Risiko .....	32
2.7.1. Pengertian Risiko .....	32
2.7.2. Indikator Risiko .....	33
2.8. Kepercayaan.....	33
2.8.1. Pengertian kepercayaan.....	33
2.8.2. Indikator Kepercayaan .....	34
2.9. Hasil Penelitian Yang Relevan .....	35
2.10. Kerangka Penelitian .....	39
2.11. Pengembangan Hipotesis .....	40
2.11.1. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> ....	40
2.11.2. Pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> .....	40
2.11.3. Pengaruh risiko terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> .....	41
2.11.4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> ...	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1. Jenis penelitian.....	43
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
3.3. Populasi dan Sampel .....	43
3.3.1. Populasi .....	43

3.3.2. Sampel.....	44
3.4. Teknik Pengambilan Sampel .....	44
3.5. Sumber Data.....	45
3.5.1. Data Primer .....	45
3.5.2. Data Sekunder .....	45
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6.1. Observasi.....	46
3.6.2. Kuisisioner (Angket).....	46
3.6.3. Dokumentasi.....	47
3.7. Variabel Penelitian.....	47
3.7.1. Variabel Bebas .....	48
3.7.2. Variabel Terikat.....	48
3.8. Definisi Operasional Variabel.....	48
3.9. Analisis Data.....	49
3.9.1. Uji Instrumen.....	50
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Reliabilitas .....	50
3.9.2. Uji Asumsi Klasik .....	51
1. Uji Normalitas.....	51
2. Uji Multikolinieritas .....	51
3. Uji Heteroskidasitas .....	52
3.9.3. Uji Ketetapan Model .....	52
1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
2. Uji F.....	52
3.9.4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3.9.5. Uji Hipotesis (Uji t).....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	54
4.2. Deskripsi Identitas Responden.....	55
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal .....	57

4.3.	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	57
4.4.	Hasil Pengujian Dan Hasil Analisis.....	58
4.4.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	58
1.	Uji Validitas.....	58
2.	Uji Reliabilitas.....	60
4.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	61
1.	Uji Normalitas.....	61
2.	Uji Multikolinieritas.....	61
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	63
4.4.3.	Uji Ketepatan Model.....	64
1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
2.	Uji F.....	64
4.4.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.4.5.	Uji Hipotesis (Uji t).....	68
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
4.5.1.	Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan shopee <i>paylater</i> ....	70
4.5.2.	Pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan shopee <i>paylater</i> .....	72
4.5.3.	Pengaruh risiko terhadap minat menggunakan shopee <i>paylater</i> .....	75
4.5.4.	Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan shopee <i>paylater</i> ...	75
BAB V PENUTUP .....		82
5.1.	Kesimpulan.....	82
5.2.	Keterbatasan.....	83
5.3.	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA .....		86
LAMPIRAN.....		91



## DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Hasil Penelitian yang Relevan .....	35
Tabel 3 1 Skala Likert .....	47
Tabel 3 2 Definisi Operasional Penelitian .....	48
Tabel 4 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	57
Tabel 4 4 Hasil Uji Deskriptif Statistik.....	58
Tabel 4 5 Uji Validitas .....	59
Tabel 4 6 Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4 7 Uji Normalitas.....	61
Tabel 4 8 Uji Multikolinieritas.....	62
Tabel 4 9 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4 10 Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4 11 Uji F .....	65
Tabel 4 12 Uji Regresi Linier Berganda .....	66
Tabel 4 13 Uji t .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Paylater di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	15
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	91
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden.....	98
Lampiran 4 Rekap Data Kuesioner .....	101
Lampiran 5 Dokumentasi.....	115
Lampiran 6 Hasil Output SPSS.....	116
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	124
Lampiran 8 Turnitin .....	125



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pandemi COVID-19 yang melanda dunia di awal tahun 2020 telah membawa perubahan di segala bidang, salah satunya teknologi. Teknologi berkembang sangat cepat karena komunikasi interpersonal yang terbatas, yang merupakan salah satu tindakan pencegahan yang diambil selama pandemi COVID-19. *Fintech* adalah sektor baru dalam industri keuangan yang menggabungkan teknologi dalam bisnis dan keuangan perusahaan. Konsep fintech yang praktis dan proses transaksi keuangannya membuat masyarakat memilih metode ini. Selain mempermudah proses pembayaran, mereka juga dapat menggunakan widget untuk melacak protokol kesehatan tanpa harus berinteraksi langsung dengan orang lain. Revolusi fintech adalah ekspektasi pengguna akan efisiensi, kepastian, keamanan, kepercayaan, kenyamanan, dan kegunaan (Rahayu et al., 2020).

Perekonomian Indonesia juga berkembang pesat dengan bantuan teknologi, salah satunya jual beli online yang meliputi pembayaran digital melalui *smartphone* dan internet. Sekarang hampir semua penjual menggunakan sistem pembayaran gratis atau bisa dibilang mereka menggunakan pembayaran digital. Masyarakat juga terbiasa membayar dengan uang tunai, sehingga mereka menjadi lebih terbiasa membayar dengan pembayaran digital seperti dompet elektronik (*e-wallet*), uang elektronik (*e-money*) atau jenis pembayaran digital lainnya yang sedang berkembang saat ini dengan cepat (Hendriyawan & Mayangsari, 2020).

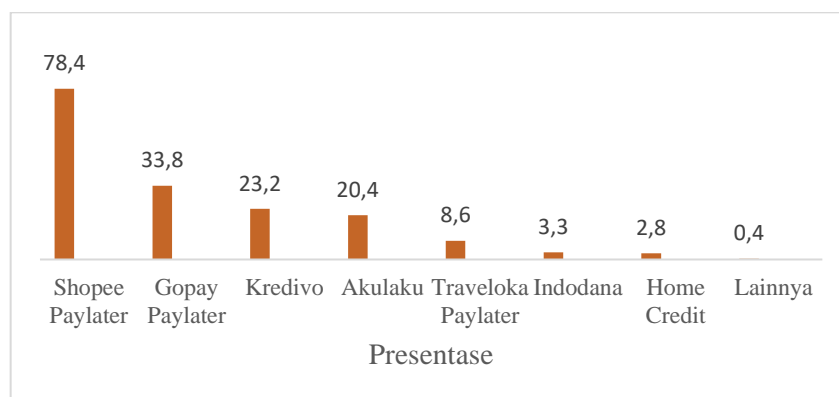
*E-commerce* saat ini menjadi tempat yang paling banyak digunakan untuk proses transaksi jual beli karena kemudahan dan efisiensi transaksinya. Untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan konsumen, *marketplace* menawarkan berbagai layanan keuangan yang memfasilitasi pembayaran transaksi pembelian online, salah satunya adalah pembayaran melalui fungsi *paylater*. *Paylater* adalah metode pembayaran alternatif yang dapat menunda atau mengembalikan pembayaran ketika membeli sesuatu melalui platform, salah satunya adalah marketplace Shopee. Fitur ini sama dengan layanan pinjaman online tanpa kartu kredit (Rossa & Ashfath, 2022).

Diantara metode pembayaran yang biasa digunakan oleh konsumen seperti metode pembayaran shopee *paylater*. Dilansir dari laman resmi shopee, shopee *paylater* merupakan metode pembayaran shopee selain transfer bank, kartu kredit atau *shopeepay*. Melalui metode shopee *paylater*, pengguna aktif shopee mendapatkan kemudahan berbelanja berupa pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim. Berbeda dengan metode *shopeepay* yang bisa aktif secara otomatis, shopee *paylater* hanya bisa dinikmati oleh pengguna aktif aplikasi shopee yang memenuhi syarat (Siregar et al., 2023).

Shopee *paylater* adalah metode pembayaran yang ditawarkan oleh shopee yang memungkinkan pelanggan berbelanja terlebih dahulu dan membayar kemudian di bulan berikutnya. Serta dapat mencicil sesuai dengan jangka waktu pembayaran yang dipilih, pengguna dapat memilih cicilan 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan juga 12 bulan. Proses registrasi yang mudah bagi calon pengguna hanya membutuhkan KTP, NIK dan verifikasi wajah. Prosesnya juga tidak lama,

tim terkait hanya melakukan registrasi dalam waktu 2x24 jam untuk request aktivasi *shopee paylater*, limit yang diberikan oleh *shopee paylater* adalah 750.000 - 50.000.000. *Shopee paylater* sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jadi transaksinya lancar aman dan dapat dilacak, sehingga aman untuk digunakan.

Gambar 1 1  
Pegguna *Paylater* di Indonesia



Sumber: DataIndonesia.id (diakses pada 10 Maret 2023)

Berdasarkan data dari dataIndonesia.id, *Shopee Paylater* masih memimpin marketplace yang sering digunakan di Indonesia. Persaingan semakin ketat jika dilihat dari rata-rata penggunaannya. Menurut transaksi rata-rata masyarakat menggunakan *shopee paylater* mencapai 78,4% lebih tinggi daripada yang lain.

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat yang berada di Surakarta karena Surakarta adalah kota yang maju dalam mengakses teknologi, namun belum diketahui bahwa masyarakat tidak semua bisa memanfaatkan akses *shopee paylater*. Selain itu, peneliti ingin mengetahui determinan yang dapat berpengaruh pada minat penggunaan akses *shopee paylater* di Surakarta.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rodiah & Melati, (2020) salah satu bukti pesatnya perkembangan teknologi adalah berkembangnya financial technology berupa *e-wallet* sebagai alat pembayaran, sehingga berbagai kemudahan dan keuntungan dirasakan saat memenuhi kebutuhan. Namun, perkembangan dompet elektronik tidak lepas dari berbagai kendala, baik dari sisi penggunaan maupun potensi risikonya. Kondisi *e-wallet* yang berisiko membutuhkan kepercayaan.

Minat adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang berperilaku ketika dia memiliki keinginan atau minat untuk melakukannya. Tingkat penggunaan teknologi seseorang dapat diprediksi dari perhatiannya terhadap teknologi, seperti motivasi untuk terus menggunakan atau mendorong pengguna lain atau menambah perangkat lain (Wibasuri et al., 2022).

Minat menggunakan shopee *paylater* dapat diartikan sebagai keinginan atau minat seseorang untuk menggunakan layanan shopee *paylater* tanpa ada pembayaran terlebih dahulu dan dapat digunakan dimana saja dan kapan saja melalui *smartphone*. Orang-orang yang sering berbisnis online biasanya menggunakan shopee *paylater* sebagai alat transaksi pembayaran karena lebih mudah dan bermanfaat saat tidak memiliki uang, sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan shopee *paylater* (Finannafi'ah & Witono, 2022).

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah dipahami dan digunakan. Kemudahan penggunaan mudah dipelajari, dipahami, sederhana dan mudah digunakan. Kemudahan penggunaan

yang dirasakan menunjukkan bahwa sistem dirancang untuk memfasilitasi tugas pengguna, bukan untuk mempersulit pengguna. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem bekerja lebih mudah daripada seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual (Sulkarnain et al., 2022).

Berdasarkan definisi di atas, kemudahan penggunaan adalah suatu sikap yang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi dapat memberikan kemudahan dalam penggunaannya. Variabel kemudahan penggunaan shopee *paylater* ditentukan oleh keyakinan seseorang bahwa penggunaan shopee *paylater* mudah dipahami, dipelajari dan digunakan.

Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini masyarakat akan diperoleh dari penggunaan teknologi informasi (Atieq & Nurpiani, 2022).

Jadi dapat disimpulkan bahwa manfaat adalah tingkat dimana seseorang berpikir bahwa penggunaan teknologi informasi akan meningkatkan kinerjanya. Sehingga manfaat menggunakan shopee *paylater* dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya. Oleh karena itu, semakin besar keuntungan yang diperoleh pembeli nantinya, maka semakin besar pula minat masyarakat untuk menggunakannya.

Risiko mengacu pada ketidakpastian dan konsekuensi yang terkait dengan tindakan konsumen. Peneliti perilaku konsumen mendefinisikan risiko yang dirasakan sebagai persepsi konsumen tentang ketidakpastian dan konsekuensi negatif dari pembelian produk atau layanan. Risiko yang dirasakan meningkat karena ketidakpastian atau besarnya konsekuensi negatif. Literatur yang ada selalu menghubungkan sekuritas dengan risiko yang dirasakan ketika para peneliti mendiskusikan faktor-faktor penting yang terkait dengan *marketplace* (Atieq & Nurpiani, 2022).

Jadi dapat disimpulkan bahwa risiko adalah ketidakpastian yang diakibatkan oleh penggunaan suatu produk atau jasa, dimana hasil dari penggunaan produk atau jasa tersebut memungkinkan adanya kemungkinan hasil yang negatif atau kerugian. Keadaan yang melibatkan ketidakpastian secara otomatis mengandung risiko. Dalam situasi berisiko, diperlukan kepercayaan diri agar para pihak siap untuk bertindak.

Kurangnya kepercayaan dianggap sebagai penghalang untuk menggunakan e-wallet. Kepercayaan mengacu pada keyakinan pelanggan bahwa janji perusahaan kepada pelanggan dapat dipercaya, dan menawarkan tindakan yang saling menguntungkan terkait dengan perusahaan. Maka secara sederhana, kepercayaan hanyalah keyakinan bahwa pihak yang mempercayai akan memenuhi semua kewajibannya seperti yang diharapkan (Rodiah & Melati, 2020).

Berdasarkan dalam penelitian Falah, (2021) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terdapat pengaruh positif dan signifikan

terhadap minat. Akan tetapi dalam penelitian Nurdin, (2020) variabel kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat. Dari dua penelitian tersebut menunjukkan terdapat kesenjangan kemudahan dan kepercayaan terhadap minat. Sehingga penting untuk mengkaji lebih dalam terkait kemudahan dan kepercayaan terhadap minat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Canestren & Saputri, (2021) memperlihatkan bahwa resiko terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran shopee *paylater*. Akan tetapi dalam penelitian Atieq & Nurpiani, (2022) menjelaskan bahwa semakin tinggi risiko menggunakan *mobile banking* tidak akan berpengaruh terhadap minat. Dari dua penelitian tersebut menunjukkan terdapat kesenjangan risiko terhadap minat.

Berdasarkan penelitian terdahulu masih sedikit untuk penelitian tentang kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan pada penggunaan shopee *paylater*, sehingga dalam penelitian ini seorang peneliti mencoba untuk mengimplementasikan teori *technology acceptance model* dalam minat menggunakan shopee *paylater*. Dari penjelasan diatas bahwa terdapat adanya perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah yang terletak pada objek penelitian, lokasi penelitian, teknik analisis data, dan juga variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan dalam menggunakan sistem pembayaran shopee *paylater* transaksi menggunakan *financial technology*.



Peneliti mengklaim bahwa menggunakan shopee paylater di *financial technology* yang ada dapat menghemat waktu dan praktis untuk transaksi dan operasional. Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti melakukan penelitian terkait pengaruh kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan shopee *paylater* dalam teknologi keuangan dengan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Masyarakat Surakarta)”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Peneliti mengidentifikasi beberapa masalah berdasarkan pada pemaparan latar belakang yang sudah tertera di atas, yakni sebagai berikut:

1. Menggunakan shopee *paylater* memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi pembayaran. Mulai dari mengurangi waktu, mendapatkan barang yang dibutuhkan atau keinginan, hingga membayar produk tanpa kartu kredit atau registrasi bank.
2. Fitur shopee *paylater* menawarkan keuntungan dan kemudahan. Kepercayaan pada setiap orang juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen pada saat pengambilan keputusan pembelian. Apabila konsumen mendapatkan jawaban dan kepercayaan maka dapat mempengaruhi minat mereka untuk membeli secara online dari Shopee.
3. Terdapat kesenjangan atau perbedaan hasil penelitian dari beberapa penelitian terdahulu.

### 1.3. Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel penelitian hanya sebatas kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.
2. Wilayah penelitian hanya sebatas di Surakarta.
3. Responden yang diteliti pada penelitian ini adalah masyarakat Surakarta berusia 20 – 40 tahun.

### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*?
2. Apakah terdapat pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan *shopee paylater*?
3. Apakah terdapat pengaruh risiko terhadap minat menggunakan *shopee paylater*?
4. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*?

### 1.5. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan agar dapat mengetahui hubungan maupun Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Shopee Paylater* (Studi Pada Masyarakat Surakarta)". Serta menjawab rumusan masalah dan pertanyaan penelitian diatas, yaitu:

1. Mengetahui terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.
2. Mengetahui terdapat pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.
3. Mengetahui terdapat pengaruh risiko terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.
4. Mengetahui terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.

#### **1.6. Jadwal Penelitian**

Terlampir

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan berfungsi untuk memberikan gambaran informasi secara jelas mengenai penelitian pada setiap bab penelitian. Adapun rencana sistematika pembahasan dalam penelitian sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

BAB I, merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

BAB II, merupakan kajian teori yang tetapkan pada penelitian, penelitian yang relevan dengan penelitian ini, kerangka penelitian dan pengembangan hipotesis.

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

BAB III, merupakan metodologi penelitian yang akan digunakan mulai dari waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan tehnik pengambilan sampel, data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, tehnik analisis data, dan ruang lingkup penelitian.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

BAB IV, merupakan hasil penelitian dan pembahasan. Dalam bab ini membahas hasil penelitian yang meliputi analisis data, deskripsi data, penyelesaian masalah dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

BAB V, merupakan penutup yang menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran-saran untuk peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. *Technology Acceptance Model (TAM)***

##### **2.1.1. *Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* dirumuskan berdasarkan dua teori dasar yang dikembangkan sebelumnya pada model penerimaan teknologi, yaitu *Theory of Rational Action (TRA)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. *TRA* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1975 oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzan. Asumsi struktural dari teori ini adalah bahwa manusia bertindak secara sadar dan mempertimbangkan semua informasi yang tersedia (Aulia & Suryanawa, 2019).

Teori *TAM (Technology Acceptance Model)* merupakan pengembangan dari teori psikologi yang dapat menjelaskan perilaku pengguna komputer berdasarkan hubungan perilaku pengguna, sikap, niat, dan keyakinan. Beberapa gagasan yang disampaikan dalam teori *TAM (Technology Acceptance Model)* dapat berdampak signifikan terhadap minat seseorang dalam menggunakan teknologi baru (Desita & Dewi, 2022).

TAM menggambarkan hubungan kausal antara keyakinan dan tindakan, tujuan, kebutuhan, dan penggunaan aktual sistem informasi oleh pengguna. Dalam model TAM, adopsi internet dianggap memiliki dimensi tertentu yang secara umum mempengaruhi pengguna internet. Model menggunakan variabel kegunaan dan kemudahan penggunaan untuk menentukan faktor kepercayaan untuk setiap tindakan pengguna. Model tersebut memberikan diagram aspek perilaku pengguna komputer yang terbukti secara empiris, dan banyak pengguna menjawab bahwa

mereka ingin menggunakan Internet tanpa masalah. Dalam TAM, dua faktor utama menentukan penerimaan pengguna terhadap sistem informasi: manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (Sunarya, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)*. Peneliti merasa bahwa teori ini paling relevan dengan konsep penelitian ini. Karena peneliti ingin mengetahui dampak langsung kemudahan, manfaat, resiko dan kepercayaan terhadap minat pengguna teknologi dalam menggunakan layanan shopee paylater.

#### **2.1.2. Komponen *Technology Acceptance Model (TAM)***

Menurut Romandhon (2023) pada model *Technology Acceptance Model (TAM)* tingkat penerimaan teknologi informasi ditentukan oleh komponen berikut, yaitu:

##### **a. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*)**

Kemudahan penggunaan ditemukan mengacu pada tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi informasi, dan proses penggunaannya tidak memerlukan banyak usaha (Davis, 1989). Meskipun kontribusi setiap orang berbeda, teknologi informasi umumnya harus mudah digunakan. Kemudahan penggunaan yang dirasakan adalah salah satu faktor yang diuji dalam penelitian ini Davis (1989), dan hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat menjelaskan mengapa seseorang tertarik untuk menggunakan sistem tersebut. Kemudahan penggunaan sistem juga dapat ditunjukkan dengan tingginya intensitas penggunaan sistem dan interaksi antara pengguna dengan sistem. Sistem yang umum digunakan dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah dipahami (Marey & Purwanto, 2020).

b. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*)

*Perceived usefulness* yang dirasakan tidak jauh berbeda dengan *perceived ease of use* penggunaan yang dirasakan, namun tingkat kepercayaan pengguna terhadap teknologi informasi meningkatkan efisiensi sistem itu sendiri. Jika ada yang menganggap bahwa teknologi informasi berguna dalam mendukung proses sehari-hari, mereka akan menggunakan sistem tersebut (Davis, 1989). *Perceived usefulness* artinya tingkat agama terhadap manfaat sistem eksklusif, apakah sistem tersebut akan membawa manfaat lebih bagi pengguna. *Perceived usefulness* juga bisa digunakan menjadi prediktor sikap pengguna serta pengembangan sistem itu sendiri, karena pengguna percaya bahwa terdapat hubungan antara penggunaan sistem dan kinerja (Marey & Purwanto, 2020).

c. Sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*)

Sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*) merupakan suatu perasaan seseorang ketika harus melakukan perilaku tertentu (Pibriana, 2020). Sikap pengguna dapat diartikan sebagai sikap pengguna terhadap penggunaan sistem informasi, yang dapat dinyatakan dalam bentuk penerimaan atau penolakan, yang dapat dilihat sebagai efek ketika seseorang menggunakan sistem tersebut di tempat kerja. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sikap terhadap penggunaan sistem informasi yaitu cara pandang (*cognitive*), perasaan/emosi (*affective*), dan komponen-komponen yang berhubungan dengan perilaku (*behavioral component*) (Mahendra, 2016).

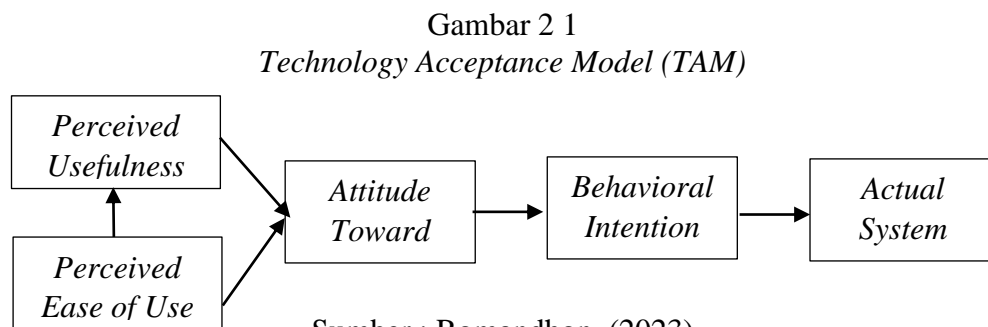


d. Perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*)

Perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*) merupakan keinginan untuk melakukan perilaku tertentu. Seseorang bertindak ketika mereka memiliki keinginan atau niat untuk melakukannya (Pibriana, 2020). Perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*) sebagai perilaku untuk tetap berada dalam sistem tertentu. Beberapa indikator untuk mengukur minat perilaku dalam menggunakan sistem, seperti masalah yang berkaitan dengan keinginan untuk menambahkan alat bantu, motivasi untuk terus menggunakan, dan keinginan untuk mendorong pengguna lain (Mahendra, 2016).

e. Kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*)

Kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*) adalah perbuatan yang dilakukan oleh seseorang. Perilaku yang berhubungan dengan penggunaan sistem teknologi informasi adalah penggunaan teknologi yang sebenarnya (Pibriana, 2020). Penggunaan sistem yang sebenarnya dapat diartikan sebagai keadaan nyata untuk menggunakan suatu sistem tertentu. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur penggunaan sistem yang sebenarnya, yaitu intensitas dan frekuensi penggunaan sistem informasi (Mahendra, 2016). Berikut adalah model *Technology Acceptance Model (TAM)* menurut Davis (1989) yaitu:



Sumber : Romandhon, (2023)

## 2.2. Minat

### 2.2.1. Pengertian Minat

Minat adalah proses mental abstrak yang diungkapkan oleh semua keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap berharga sehingga diketahui dan diinginkan, menyebabkan kecenderungan untuk merasakan sesuatu, hasrat dan keinginan akan sesuatu. Maka dapat dikatakan bahwa minat menimbulkan keinginan akan sesuatu (Finannafi'ah & Witono, 2022).

Minat, yaitu kecenderungan untuk tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat, kemudian senang mendapatkan kepuasan dari penggunaan teknologi (Nurdin, Ningrum, et al., 2020). Minat adalah suatu keinginan atau minat terhadap suatu hal atau kegiatan tertentu yang menarik minatnya, sehingga ia mau melakukannya tanpa dipaksa oleh orang lain (Atieq & Nurpiani, 2022).

Berdasarkan beberapa prespektif pengertian diatas dapat disederhanakan bahwa minat penggunaan pada shopee *paylater* adalah keinginan maupun ketertarikan seseorang dalam menggunakan shopee *paylater* tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Minat menggunakan shopee *paylater* merupakan suatu keinginan untuk menggunakan jasa shopee *paylater* sebagai alat pembayaran.

Minat menggunakan aplikasi merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi. Niat perilaku adalah ukuran minat individu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan adanya suatu layanan. Niat dipahami sebagai keinginan internal individu untuk melakukan pola perilaku tertentu. Konsep ini berarti bahwa orang bertindak ketika

mereka memiliki niat. Niat perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku yang sebenarnya (Afdillaha & Mahmud, 2023).

### **2.2.2. Dimensi Minat**

Menurut Atieq & Nurpiani, (2022) terdapat beberapa dimensi minat, yaitu sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk menyarankan produk kepada orang lain.
- c. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada suatu produk.

Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang terus menerus mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung manfaat dari produk tersebut.

### **2.2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat**

Menurut Nurdin (2020) ada beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan berarti dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapai, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu luang, dan lain-lain.

- b. Perbedaan sosial ekonomi berarti seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi untuk mencapai apa yang diinginkan dibanding seseorang yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi berarti bagaimana seseorang untuk menggunakan waktu luang.
- d. Perbedaan jenis kelamin berarti perempuan dan laki-laki memiliki minat yang berbeda, seperti kebiasaan saat berbelanja.
- e. Perbedaan usia, berarti setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu produk atau aktivitas lainnya.

### **2.3. *Financial Technology***

#### **2.3.1. Pengertian *Financial Technology***

Teknologi finansial (*Financial Technology*) dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 adalah pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi dan/atau model bisnis baru dan dapat mempengaruhi stabilitas uang, stabilitas, efisiensi dan kelancaran sistem keuangan. , keamanan dan keandalan sistem pembayaran (Wardani & Sari, 2017).

*Financial technology* adalah jenis perusahaan yang menyediakan layanan keuangan yang dipadukan dengan teknologi. Bisa juga diartikan sebagai segmen dunia startup yang membantu memaksimalkan penggunaan teknologi untuk mempertajam, mengubah dan mengakselerasi berbagai aspek layanan keuangan. Dengan demikian, mulai dari metode pembayaran, pengiriman uang, pinjaman,

penggalangan dana, dan manajemen aset dapat dilakukan dengan cepat dan ringkas berkat penggunaan teknologi modern (Setiyono et al., 2021).

*Financial technology* bukanlah fenomena baru, tetapi pada abad ke-20 bank mengeluarkan ATM dan kartu kredit. Beberapa layanan teknologi keuangan perbankan yang lebih umum digunakan antara lain ATM, pembayaran seluler, uang elektronik, perbankan telepon, dan perbankan elektronik atau perbankan internet. Beberapa orang menikmati layanan perbankan digital ini. Penetrasi perbankan di Indonesia masih dianggap rendah dalam laporan *Global Findex* yang menunjukkan bahwa hanya 36 persen orang dewasa Indonesia yang memiliki rekening bank tradisional pada tahun 2014 (Kristianti & Tulenan, 2021).

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa *financial technology* adalah sebuah layanan yang menyediakan produk-produk keuangan maupun jasa dengan menggunakan serta memanfaatkan teknologi informasi yang sedang berkembang di Indonesia.

Kehadiran *financial technology* membantu masyarakat dalam mengakses produk keuangan dan mempermudah transaksi keuangan dengan menggunakan sentuhan teknologi. Masyarakat dapat bertransaksi di mana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke lembaga keuangan atau mengantri berbagai prosedur layaknya perbankan pada umumnya (Nurdin, et al., 2020).

### **2.3.2. Manfaat *Financial technology***

Keberadaan *fintech* sangat mempengaruhi gaya hidup masyarakat finansial. Perpaduan antara efisiensi dan teknologi memberikan dampak positif bagi masyarakat secara umum (Chandra, 2018). Ada beberapa manfaat *financial technology* di lingkungan masyarakat, yaitu:

1. *Fintech* dapat membantu mengembangkan tren baru untuk startup teknologi. Hal ini dapat membantu meningkatkan lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Pertumbuhan ekonomi ini membawa manfaat lain, yaitu peningkatan taraf hidup masyarakat. *Fintech* dapat menjangkau orang-orang yang tidak dapat dijangkau oleh perbankan tradisional.
3. Keuntungan lainnya adalah pertumbuhan pengembangan aplikasi *Bitcoin*. Bahkan jika mereka tidak memiliki rekening bank, pengguna *Bitcoin* dapat berdagang dengan mudah dan nyaman.
4. Selain itu, *financial technology* juga dapat meningkatkan ekonomi makro. Kemudahan yang ditawarkan oleh *financial technology* dapat meningkatkan penjualan toko online.
5. Manfaat terakhir yang dapat dinikmati masyarakat adalah berkurangnya bunga pinjaman. Berkat transparansi *financial technology*, peminjam tidak perlu takut dengan suku bunga tinggi dari rentenir.

### **2.3.3. Jenis-jenis *Financial technology***

Berikut adalah 5 klasifikasi *Fintech* menurut Bank Indonesia yaitu:

#### **1. *Crowdfunding dan Peer to Peer Lending***

Pada klasifikasi ini, *financial technology* berguna sebagai mediasi yang menemukan investor dengan pencari modal, layaknya *marketplace* dalam istilah *e-commerce*. *Crowdfunding* (pembiayaan masal atau berbasis patungan) dan *peer to peer (P2P) lending* ini diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). *Crowdfunding* sangat berguna untuk mengumpulkan uang untuk hal-hal seperti pendanaan pekerjaan, bantuan bencana dan banyak lagi. Dengan *fintech*,

penggalangan dana dapat dilakukan secara online, sehingga penggalangan dana menjadi lebih mudah dan efisien (Chandra, 2018).

*P2P Lending* merupakan sebuah layanan *financial technology* yang sangat membantu masyarakat UMKM agar dapat dengan mudah meminjam uang walaupun tidak memiliki rekening bank. Modal tentunya merupakan hal yang sangat penting tentunya untuk pengembangan usaha dan pemenuhan kebutuhan finansial masyarakat (Chandra, 2018). Beberapa contoh *startup fintech* pada klasifikasi ini adalah:

- a. *UangTeman.com* dan *TemanUsaha.com* untuk contoh pembiayaan dalam bentuk utang
- b. *Wujudkan.com* dan *Kitabisa.com* untuk contoh pembiayaan masal
- c. *Koinworks.com* dan *Danadidik.com* untuk contoh *peer to peer lending*
- d. *Kredivo.com* dan *ShootYourDream.com* untuk contoh cicilan tanpa kartu kredit

## **2. Market Aggregator**

Dalam klasifikasi ini, *financial technology* berfungsi sebagai pembanding produk keuangan, dimana *financial technology* mengumpulkan dan mengoleksi data keuangan bagi pengguna untuk digunakan sebagai pembanding. Klasifikasi ini juga dapat disebut dengan nama *comparison site* atau *financial aggregator*. Misalnya, jika konsumen ingin memilih produk keuangan, platform *fintech* akan mengonfigurasi informasi keuangan pribadi konsumen dan menawarkan pilihan produk keuangan berdasarkan informasi pribadi yang dimasukkan. Pilihan ini dibuat sesuai keinginan dan kemungkinan finansial, serta konsumen. Contoh

*fintech aggregator* adalah *Cekaja.com* dan *Kreditgogo.com*, untuk pembandingan produk asuransi yaitu *RajaPremi.com* dan *Asuransi88.com* (Chandra, 2018).

### **3. Risk and Investment Management**

Konsep yang ditawarkan *financial technology* dalam klasifikasi ini bekerja sebagai digital *financial planner*. Pengguna terbantu untuk menemukan produk investasi yang paling sesuai dengan preferensi yang diberikan. Selain manajemen risiko dan investasi, klasifikasi ini juga mencakup manajemen aset, di mana teknologi keuangan membantu menjadikan bisnis lebih praktis. Teknologi keuangan yang beroperasi di bidang perencanaan keuangan juga termasuk dalam klasifikasi ini. Salah satu *platform* terkenal yang berfokus pada perencanaan keuangan adalah *Finansialku.com* yang berfokus pada edukasi keuangan, literasi keuangan, dan perencanaan keuangan. Beberapa contoh *financial technology* jenis ini antara lain *NgaturDuit.com* dan *Dompot Sehat* sebagai contoh pelacakan pengeluaran pribadi. *Jurnal.id* dan *Sleekr* adalah contoh perangkat lunak pelacakan pengeluaran untuk usaha kecil menengah dan otoritas pajak, seperti *Online-Pajak.com* (Chandra, 2018).

### **4. Payment, Settlement dan Clearing**

Jenis *financial technology* yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah *payment* (pembayaran), seperti *payment gateway* dan *e-wallet*. Penggolongan ini dikendalikan oleh BI (Bank Indonesia) karena proses pembayaran ini juga menyangkut peredaran uang yang kemudian menjadi Bank Indonesia. Seperti disebutkan di atas, *gateway* pembayaran adalah contoh dari klasifikasi keempat.



*Payment gateway* adalah jembatan antara pelanggan dan *e-commerce* yang berfokus pada sistem pembayaran (perusahaan jual beli online) (Chandra, 2018).

Dengan fintech, pelanggan dapat memilih metode pembayaran favorit mereka dalam bentuk *payment gateway*. Salah satu contoh *financial technology* berupa *payment gateway* adalah *iPaymu.com*. Selain *payment gateway*, contoh teknologi finansial lainnya yang terkenal dalam klasifikasi ini adalah uang elektronik dan dompet elektronik. Uang elektronik adalah uang yang dikemas dalam format digital dimana uang tersebut dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada umumnya, untuk belanja, pembayaran tagihan dan lainnya, hanya melalui sebuah aplikasi (Chandra, 2018). Beberapa contoh perusahaan *Fintech* dalam bidang pembayaran yaitu:

- a. *DoKu, Kartuku* (perusahaan pembayaran)
- b. *Sakuku BCA, Uangku Smartfren* (perusahaan pembayaran dengan *mobile*)
- c. *GCI Indonesia (Gift Card)*, dan sebagainya.

## **2.4. Shopee Paylater**

### **2.4.1. Pengertian dan Perkembangan Shopee Paylater**

Di era digital, teknologi semakin maju dan berkembang. Tak heran jika aktivitas sehari-hari banyak orang bergantung dan bergerak dengan teknologi dan internet. Bahkan, ponsel kini lebih penting untuk dibawa kemana-mana dibandingkan barang lain karena orang cenderung menggunakannya untuk berbelanja di pasar yang sudah tersedia ponsel (Aisah et al., 2022).

Beberapa jenis *e-commerce* yang berkembang di Indonesia. *E-commerce* jenis *marketplace* adalah jenis *e-commerce* yang sangat berkembang.

*Marketplace* yang ada di Indonesia bermacam-macam, seperti Lazada, Shopee, Tokopedia, Blibli, Zalora, JD ID, dan sebagainya (Canestren & Saputri, 2021).

*E-commerce* saat ini menjadi tempat yang paling banyak digunakan untuk proses transaksi jual beli karena kemudahan dan efisiensi transaksinya. Untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan konsumen, toko online menawarkan berbagai layanan keuangan yang memfasilitasi pembayaran transaksi pembelian online, salah satunya adalah pembayaran melalui fungsi *paylater*. *Paylater* adalah metode pembayaran alternatif yang dapat menunda atau mengembalikan pembayaran ketika membeli sesuatu melalui *platform*, salah satunya adalah toko online. Fitur ini sama dengan layanan pinjaman online tanpa kartu kredit (Rossa & Ashfath, 2022).

Indonesia sendiri telah mengembangkan berbagai *marketplace*, namun hanya *platform* shopee yang memiliki peminat terbanyak setiap bulannya. Selain itu, metode pembayaran dapat ditentukan dengan sangat mudah. Mulai dari fitur *shopeepay*, *shopee paylater*, *cash* dan *bank transfer*. Fitur paling istimewa yang ditawarkan oleh Shopee adalah *shopee paylater*. *Shopee paylater* adalah fungsi kredit online yang telah bermitra dengan PT Lentara Nusantara untuk layanan pinjaman berbasis teknologi dan tentunya aman karena diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (Aisah et al., 2022).

Shopee mendapatkan penghargaan atas inovasinya dengan merilis fitur baru, salah satunya menawarkan metode pembayaran yang berbeda dengan uang digital, seperti *shopee paylater*. Layanan baru ini tersedia yang semakin memudahkan konsumen untuk berbelanja. Berkat layanan pinjaman berbasis

teknologi, konsumen dapat membeli barang dan jasa bulan depan atau secara cicilan. Banyak jenis *e-commerce* yang bermitra dengan perusahaan *fintech loan* yang menyediakan layanan pinjaman dengan menawarkan fitur bernama *paylater*, seperti Traveloka, Gojek, Bukalapak, Lazada, Tokopedia dan lainnya. Pada tahun 2019, Shopee meluncurkan *shopee paylater*, solusi pinjaman instan hingga Rp 750.000, yang bertujuan untuk memfasilitasi pembayaran dalam 1, 2, 3 bulan tanpa kartu kredit, yang akan membayar bunga 2,95% (Fany Fadhila & Marpaung, 2020).

*Shopee paylater* merupakan produk dari PT Lentera Dana Nusantara, sebuah perusahaan *fintech peer to peer lending* yang didirikan pada tahun 2018 dan terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kemudahan yang ditawarkan *shopee paylater* membuat masyarakat tertarik untuk menggunakannya. Pada tahun 2019, jumlah pengguna berbayar pemilik toko mencapai 102.971 orang dan peminjam aktif mencapai 81.423 orang di berbagai kota Indonesia, yaitu DKI Jakarta, Pekalongan, Solo, Malang, Medan, Palembang, Makassar, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Pekanbaru, Lampung dan Bali (Fany Fadhila & Marpaung, 2020).

#### **2.4.2. Kelebihan dan Kekurangan Shopee *Paylater***

##### **1. Kelebihan Shopee *paylater***

Menurut Tyas, (2022) ada tiga kelebihan dalam menggunakan fitur *shopee paylater* yang bisa dimanfaatkan yaitu sebagai berikut:

a. Mudah dan praktis

Hampir seperti fasilitas pembayaran online pada umumnya, menggunakan layanan *paylater* membuat berbagai transaksi dalam berbelanja menjadi lebih praktis. Transaksi dapat dilakukan kapanpun dan di mana saja, selama terhubung dengan internet. Hal ini membuat semua transaksi berjalan jauh lebih mudah. Tidak perlu lagi membuang waktu untuk melakukan transaksi ke ATM dan melakukan transfer secara manual yang harus datang ke bank.

b. Memenuhi kebutuhan belanja di saat mendesak

Membeli sesuatu kerap menjadi kebutuhan mendesak, meskipun sedang tidak memiliki sejumlah uang. Dalam kondisi seperti ini, *paylater* akan sangat membantu dan membuat semuanya lebih mudah. Fasilitas ini bisa digunakan untuk membayar berbagai barang belanjaan terlebih dulu. Jika sudah gaji atau memiliki uang, bisa membayarkan tagihannya kemudian. Ini memungkinkan berbagai kebutuhan tetap bisa terpenuhi dengan baik sepanjang waktu.

c. Mendapat promo menarik

Mercetplace akan menyediakan pilihan pembayaran *paylater* dengan keuntungan lain yaitu berupa promo. Ini biasanya dilakukan untuk mendatangkan lebih banyak pelanggan yang menggunakan *paylater* itu sendiri. Promo ini biasanya hadir dalam berbagai bentuk untuk menarik, mulai dari gratis ongkir hingga cashback dalam jumlah tertentu. Semua ini akan membuat pembelanjaan menjadi lebih hemat dan menguntungkan.

## 2. Kekurangan Shopee *paylater*

Menurut Tyas, (2022) ada beberapa kekurangan shopee *paylater* yang perlu dipahami yaitu:

### a. Jadi lebih boros

Sistem pembelanjaan daring yang mudah akan jauh lebih praktis ketika dilakukan menggunakan *paylater*. Bisa membeli apapun dan kapanpun dengan cepat, bahkan ketika sedang tidak memiliki uang. Hasilnya, berbagai barang belanjaan akan datang dengan mudah dan cepat ke rumah, tanpa perlu bersusah payah atau menunggu gaji tiba. Namun, di balik semua kemudahan ini, risiko pemborosan sangat mungkin terjadi. Berbagai tagihan akan datang dan menjadi beban keuangan. Tidak masalah jika semua tagihan bisa dibayar tepat waktu. Namun, jika tidak terbayarkan, risiko masalah keuangan akan sangat rentan terjadi.

### b. Risiko keamanan data

*Paylater* merupakan fasilitas pembayaran yang dibuat dan digunakan secara daring. Proses pengajuan dan penggunaan daring seperti ini terbilang sangat berisiko bagi keamanan data diri. Dalam praktiknya, pengajuan aplikasi *paylater* akan membutuhkan beberapa data vital, termasuk KTP dan lainnya. Selalu ada risiko kebocoran data lewat internet tatkala data diri seseorang jatuh ke tangan pihak lain yang tidak berkepentingan. Ini berpotensi menimbulkan masalah dan kerugian di kemudian hari. Jika ingin menghindari risiko keamanan data seperti ini, pertimbangkan dengan baik dan ketahui berbagai modus penipuan *paylater* sebelum mencoba menggunakannya.

c. Menimbulkan kebiasaan berutang

Kemudahan berbelanja menggunakan *paylater* merupakan ancaman tersendiri bagi keuangan. Fasilitas keuangan ini bisa saja menimbulkan kebiasaan berutang, sebab pembelanjaan bisa dibayar kemudian. Bukan hanya itu, *paylater* biasanya akan membuat penggunanya memiliki kebiasaan mencicil. Tidak masalah jika cicilan ini bisa dibayarkan dengan baik dan tepat waktu hingga lunas. Namun, jika menunggak, risiko berurusan dengan kolektor tentu tidak bisa dihindari. Selain itu, kesuksesan melunasi cicilan juga biasanya akan diulangi dengan membuat cicilan baru lainnya. Ini akan menjadi kebiasaan buruk dan berisiko bagi keuangan.

## **2.5. Kemudahan**

### **2.5.1. Pengertian Kemudahan**

Kemudahan penggunaan adalah tingkat kepercayaan pribadi bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan banyak usaha. Pendekatannya bervariasi dari orang ke orang, tetapi umumnya tujuannya adalah untuk menghindari penolakan oleh pengguna sistem dan sistem yang sedang dikembangkan. Oleh karena itu, Shopee *Paylater* yang dapat digunakan secara fleksibel sesuai waktu dan tempat harus menjadi sistem yang mudah digunakan pengguna tanpa ribet. Karena layanan tersedia kapan saja, di mana saja, frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem akan memberi tahu kemudahan penggunaan shopee *paylater* (Rahmah et al., 2022).

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana orang menganggap teknologi informasi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha dari pihak pengguna (Andrea & Hasibuan, 2022). Kemudahan

penggunaan adalah tingkat di mana orang menganggap teknologi informasi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha dari pengguna (Nurdin et al., 2020). Kemudahan adalah keyakinan dalam pengambilan keputusan. Jika memiliki pengalaman meyakini bahwa sistem informasi mudah digunakan dan dapat terus menggunakannya (Finannafi'ah & Witono, 2022).

Bagaimana teknologi informasi terasa relatif mudah dipahami dan digunakan. Upaya yang dilakukan dalam penggunaan teknologi bervariasi dari orang ke orang, tetapi secara umum, layanan ini harus mudah diterapkan oleh pengguna tanpa banyak upaya untuk menghindari penolakan pada masyarakat terhadap layanan yang sedang dikembangkan. Intensitas penggunaan dan interaksi antara konsumen dan sistem juga memberikan informasi tentang tingkat kegunaan pengguna (Yogananda & Dirgantara, 2017).

### **2.5.2. Indikator Kemudahan**

Menurut Abrilia & Sudarwanto, (2020) Indikator pengukuran dari kemudahan yaitu:

a. *Easy to learn* (mudah dipelajari)

*Easy to learn* merupakan sistem atau mekanisme dompet digital yang mudah dipelajari biasanya dicari untuk mendukung aplikasi dengan panduan yang mudah dipelajari bagi pengguna.

b. *Easy to use* (mudah digunakan)

*Easy to use* merupakan sistem penggunaan dompet digital yang mudah digunakan bagi pengguna untuk mengoperasikan dompet digital.

c. *Timeliness* (sistem informasi)

*Timeliness* merupakan penggunaan sistem informasi dalam kegiatan mempercepat penggunaan aplikasi dan pengguna tidak membutuhkan waktu lama untuk menggunakannya.

d. *Clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti)

*Clear and understandable* merupakan sistem aplikasi dompet digital dengan aplikasi yang jelas dan mudah dipahami bagi pengguna aplikasi.

e. *Become Skillful* (jadi terampil)

*Become skillful* merupakan keterampilan tentang penggunaan aplikasi untuk sistem informasi bagi pengguna.

## **2.6. Manfaat**

### **2.6.1. Pengertian Manfaat**

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerja. Manfaat yang diyakini akan memperoleh dari penggunaan teknologi informasi. Manfaat merupakan apa yang dapat dicapai seseorang melalui penggunaan teknologi informasi (Nurdin, Ningrum, et al., 2020). Manfaat penggunaan teknologi informasi berasal dari keyakinan pengguna teknologi informasi dalam memutuskan untuk menerima teknologi informasi, percaya bahwa teknologi informasi tersebut akan berdampak positif dalam suatu pekerjaan (Yogananda & Dirgantara, 2017).

Shopee *paylater* bertujuan untuk meningkatkan layanan kepada pengguna, memenuhi kebutuhan pasar, memberi kemudahan bagi masyarakat untuk



melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan masyarakat untuk melakukan pembayaran melalui *shopee paylater* antara lain mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan bahkan asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi keuangan lainnya (Nurdin et al., 2020).

Berdasarkan definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat dari penggunaan *shopee paylater* dapat meningkatkan kinerja seseorang saat menggunakannya. Manfaat dalam pembayaran merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para pengguna dalam melakukan tugas dalam pekerjaan, karena tingkat kemanfaatan *shopee paylater* dapat mempengaruhi sikap para pengguna terhadap sistem tersebut (Nurdin, Ningrum, et al., 2020).

### **2.6.2. Indikator Manfaat**

Terdapat beberapa ukuran yang menjadi indikator manfaat penggunaan teknologi informasi sebagai berikut Nurdin (2020) :

- a. *Makes Job Easier* (menjadi lebih mudah), transaksi dalam dunia perbankan menjadi lebih mudah.
- b. *Increase Productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja bagi pengguna.
- c. *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.
- d. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.

## **2.7. Risiko**

### **2.7.1. Pengertian Risiko**

Risiko adalah keadaan sebenarnya yang dapat mengakibatkan kerugian akibat penyimpangan dari hasil yang diharapkan (Suseno, 2014). Risiko merupakan sebuah dampak buruk yang dihadapi disebabkan oleh ketidakpastian ketika mengambil suatu keputusan. Risiko merupakan sebuah upaya pengguna untuk mengenali suatu kemungkinan bahwa tindakan seseorang akan mengalami kerugian atas perbuatannya karena ketidakpastian dari sesuatu yang diambil. Persepsi risiko merupakan tolak ukur manfaat dan kemudahan yang dirasakan seseorang sebelum membeli produk atau jasa berdasarkan tujuan konsumen (Romandhon et al., 2023).

Ketidakpastian yang timbul dari risiko yang dirasakan terkait dengan produk dan layanan atau keputusan pembeli yang dapat menyebabkan konsekuensi yang merugikan. Ketidakpastian yang dihadapi konsumen adalah ketidakpastian hasil saat membuat keputusan pembelian atau menggunakan teknologi secara online (Hendriyawan & Mayangsari, 2020). Menurut Ningsih (2021) Risiko adalah persepsi ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak terduga dari penggunaan produk dan layanan. Risiko yang dirasakan memiliki dampak signifikan pada tingkat kepercayaan. Semakin rendah persepsi risiko, semakin besar kepercayaan diri, begitu pula sebaliknya.

Sesuatu yang dihadapi oleh pelanggan sadar dan tidak sadar ketika mereka membuat minat dalam penggunaan. Risiko berperan penting dalam mengurangi minat pengguna dalam bertransaksi melalui media elektronik sehingga

kemungkinan risiko akan mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan produk teknologi informasi (Yogananda & Dirgantara, 2017).

### **2.7.2. Indikator Risiko**

Menurut Jayantari, (2018) resiko dapat diukur dengan beberapa indikator sebagai berikut:

- a. Resiko keuangan yang berhubungan dengan jumlah pengeluaran biaya yang digunakan saat bertransaksi.
- b. Resiko keamanan yang berhubungan dengan keamanan data serta informasi.
- c. Resiko produk yang berhubungan dengan cara penggunaan serta kehandalan produk.

## **2.8. Kepercayaan**

### **2.8.1. Pengertian kepercayaan**

Kepercayaan adalah suatu kepercayaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hubungan dua pihak yang didasarkan pada keyakinan bahwa pihak yang mempercayai akan memenuhi semua kewajibannya seperti yang diharapkan (Nurdin, Ningrum, et al., 2020). Menurut Utami (2020) Kepercayaan adalah suatu keadaan dimana seseorang yakin dan percaya bahwa yang bersangkutan akan melakukan sesuatu atau melakukan transaksi dengan pihak yang tidak dikenalnya sebelumnya. Kepercayaan yang dirasakan adalah proses dimana seseorang mengembangkan kepercayaan pada suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang diketahui tentang penyedia layanan (Falah, 2021).

Kepercayaan adalah semua informasi yang dimiliki dan kesimpulan yang dibuat oleh pengguna tentang objek, fitur, dan manfaat. Kepercayaan ini juga dikatakan sebagai suatu kekuatan yang mengikat dalam sebagian besar transaksi. Kepercayaan mengacu pada ekspektasi orang lain untuk tugas yang diberikan, dan ekspektasi bervariasi antara skala peringkat tinggi dan rendah (Jayantari & Seminari, 2018).

Berdasarkan pengertian – pengertian yang dijelaskan diatas dapat ditarik kesimpulan persepsi kepercayaan adalah suatu keadaan atau proses pembentukan rasa percaya atau keyakinan dalam diri seseorang dalam memakai atau menggunakan suatu produk atau layanan dengan didukung informasi maupun faktor – faktor yang dapat membuat individu tersebut percaya.

Kepercayaan merupakan subuah kunci utama dalam menjalin hubungan antara satu pihak ke pihak yang lain, agar mendapatkan hubungan yang saling menguntungkan. Memahami kepercayaan dalam transaksi dengan menempatkan penekanan lebih besar pada sikap individu terkait kepercayaan pengguna terhadap kualitas dan keandalan layanan (Vitasari et al., 2023).

### **2.8.2. Indikator Kepercayaan**

Menurut Nurdin (2020) terdapat paramater – parameter kepercayaan yang dapat dijadikan ukuran yaitu sebagai berikut :

- a. Kehandalan, merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan kepada pengguna dengan cepat, akurat, dan memuaskan.

- b. Kepedulian, merupakan tingkat empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak penyedia layanan dapat memberikan solusi atas permasalahan pengguna.
- c. Kredibilitas, merupakan penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik yang jujur dan terpercaya.

## 2.9. Hasil Penelitian Yang Relevan

Peneliti menyajikan tabel terkait dengan penelitian terdahulu yang mempunyai kesamaan dengan riset ini. Penelitian terdahulu digunakan sebagai dasar dan acuan dalam penelitian ini agar peneliti dapat mengkaji dan memperluas konseptual dan teori dalam penelitian ini. Beberapa penelitian telah dilakukan dan fokus dalam mengkaji aspek minat menggunakan shopee *paylater* yaitu, sebagai berikut:

Tabel 2 1  
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama/ Tahun /Metode	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Siti Rodiah &amp; Inaya Sari Melati</li> <li>▪ 2020</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Wawancara dan Kuesioner (online dan offline)</li> <li>▪ Teknik <i>sampling</i>: <i>incidental sampling</i></li> </ul>	Variabel Terikat: Minat menggunakan  Variabel Bebas: Kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan	Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara simultan terdapat pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-wallet</i> .

2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Andrian Septa Yogananda &amp; I Made Bayu Dirgantara</li> <li>▪ 2017</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner</li> <li>▪ Teknik <i>sampling</i>: metode <i>non probability sampling</i></li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas: Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan kepercayaan</p>	<p>Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik.</p>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid &amp; Abdul Jalil</li> <li>▪ 2020</li> <li>▪ Metode Kuantitatif dengan sifat asosiatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Wawancara dan Kuesioner (online dan offline)</li> <li>▪ Teknik <i>sampling</i>: <i>incidental sampling</i></li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas: Manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan</p>	<p>Manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>.</p>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Muhammad Qoes Atieq &amp; Eva Nurpiani</li> <li>▪ 2022</li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas:</p>	<p>Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>. Manfaat</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner</li> </ul>	Kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko	terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Sedangkan risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alvi Rizki Hady's Utami</li> <li>▪ 2020</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner</li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat</p> <p>Variabel Bebas: Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, dan Risiko</p>	Persepsi Kemudahan Pengguna, Kepercayaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko secara parsial terdapat pengaruh terhadap minat beli seseorang dalam belanja online menggunakan <i>e-commerce</i> .
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Muhammad Nuril Falah</li> <li>▪ 2021</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data : Kuesioner</li> <li>▪ Teknik <i>sampling: purposive sampling</i></li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas: Kemudahan, Kepercayaan, dan Risiko</p>	Persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi risiko adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan kembali <i>ShopeePay</i> di Kota Malang saat pandemi Covid-19.
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fanny Anggraeny Putri &amp; Sri Setyo Iriani</li> <li>▪ 2020</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas:</p>	Terdapat pengaruh positif pada variabel kepercayaan dan kemudahan terhadap minat pembelian menggunakan pinjaman online.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Angket dan wawancara</li> </ul>	Kemudahan dan Kepercayaan	
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Inggardini Asarila Canestren &amp; Marheni Eka Saputri</li> <li>▪ 2021</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner</li> <li>▪ Teknik <i>sampling: incidental sampling</i></li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas: Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko</p>	Kepercayaan, kemudahan dan resiko secara simultan terdapat pengaruh dan signifikan terhadap minat pembelian dalam menggunakan metode pembayaran Shopee <i>Paylater</i> .
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gama Putra Brahmanta &amp; Nuruni Ika Kusuma Wardhani</li> <li>▪ 2021</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner</li> <li>▪ Teknik <i>sampling: Purposive Sampling</i></li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas: Kebermanfaatan, Kemudahan dan Risiko</p>	Berpengaruh positif dan signifikan pada variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko dengan minat menggunakan ulang <i>ShopeePay</i> di Surabaya.

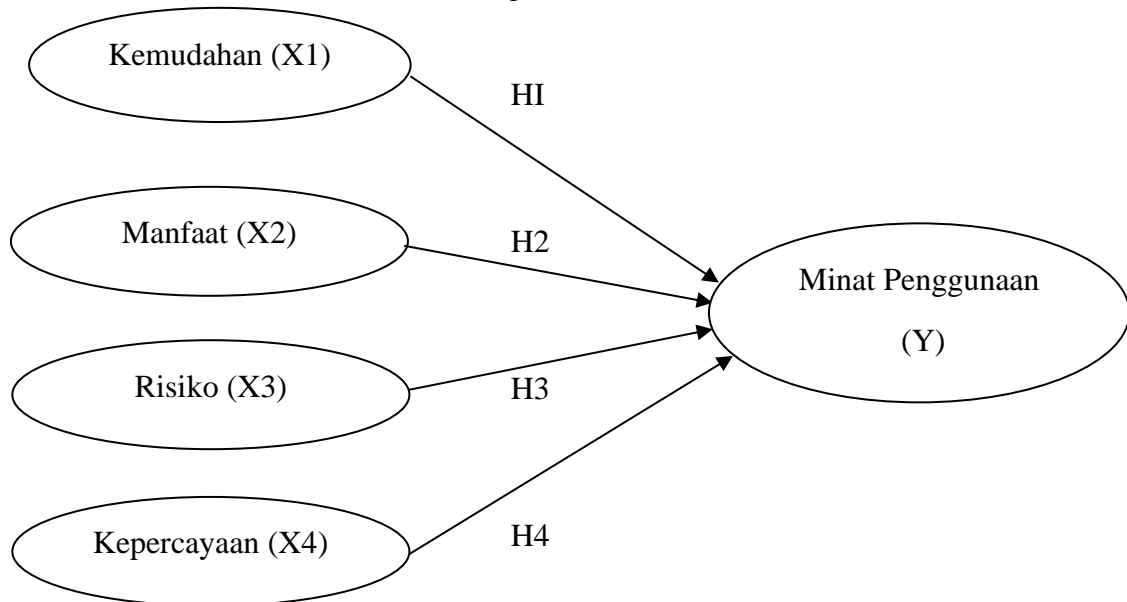


10	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nesha Nenandha Hendriyawan &amp; Sekar Mayangsari</li> <li>▪ 2020</li> <li>▪ Metode Kuantitatif</li> <li>▪ Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner</li> </ul>	<p>Variabel Terikat: Minat menggunakan</p> <p>Variabel Bebas: Kebermanfaatan, Kemudahan, dan Risiko</p>	<p>Persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan ada pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan.</p>
----	---	---	---

## 2.10. Kerangka Penelitian

Dengan demikian kerangka penelitian dibangun dalam kerangka kerja seperti yang digambarkan, sebagai berikut:

Gambar 2 2  
Kerangka Penelitian



Sumber : Sari & Budi, (2023)

## 2.11. Pengembangan Hipotesis

### 2.11.1. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Finannafi'ah & Witono, (2022) Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung variabel kemudahan sebesar 2,294 dan taraf signifikansi sebesar  $0,024 < 0,05$  maka hipotesis pertama diterima yang berarti kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Selain itu didukung penelitian yang dilakukan Desita & Dewi, (2022) nilai signifikansi variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah  $0,000 < 0,05$ . Artinya persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan transaksi *non cash* pada aplikasi dompet elektronik (*e-wallet*).

H1 : Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.

### 2.11.2. Pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan *shopee paylater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmah et al.,(2022) menurut hasil penelitian, *perceived usefull* berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *online banking*. Artinya, semakin banyak nasabah merasakan tujuan dan manfaat dari *online banking*, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan *online banking*.

Di dukung penelitian yang dilakukan oleh Putu (2022) hasil penelitian menunjukkan secara parsial, manfaat *mobile banking* secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini

dikarenakan manfaat *mobile banking* yang memberikan layanan cepat dalam proses pembayaran tanpa perlu datang ke bank atau ATM.

H2 : Manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *shopee paylater*

### **2.11.3. Pengaruh risiko terhadap minat menggunakan *shopee paylater***

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Darmawan, (2022) hasil penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh positif pada *perceived risk* terhadap *intention to use fintech service*. Didukung penelitian yang dilakukan oleh Brahmanta & Wardhani, (2021) persepsi risiko terdapat pengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali *shopeepay*.

Selain itu pada penelitian yang dilakukan Finannafi'ah & Witono (2022) hasil penelitian menunjukkan risiko mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking*, faktor risiko mendukung minat masyarakat dalam menggunakan *mobile banking*, berdasarkan analisa dari hasil *survey* yang diterima peneliti, karena masyarakat merasa dengan menggunakan *mobile banking* menjamin kebutuhan setiap nasabah pada saat melakukan transaksi pembayaran dan menemukan bahwa tidak ada risiko besar dalam transaksi yang dilakukan melalui *mobile banking*.

H3 : Risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *shopee paylater*

### **2.11.4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *shopee paylater***

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rodiah & Melati (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *e-wallet*. Hasil analisis deskriptif variabel

kepercayaan menurut minat generasi milenial di Kota Semarang untuk menggunakan e-wallet menunjukkan rata-rata kepercayaan sebesar 25,08 berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial di Kota Semarang untuk menggunakan *e-wallet*.

Selain itu didukung penelitian Rahmah (2022) dimana hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi kepercayaan dengan minat nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Artinya, semakin canggih dan handalnya sistem *internet banking* yang dimiliki BRI dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk berbisnis menggunakan *internet banking* dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

H4 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *shopee paylater*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian adalah berbagai jenis penelitian yang penulis gunakan untuk melakukan penelitiannya. Sesuai dengan permasalahan yang diangkat, jenis penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif. Sugiyono, (2013) menjelaskan, penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang berlandaskan metode penelitian yang disandarkan pada filosofi *positivisme* yang diadopsi guna menganalisis menganalisis populasi maupun sampel tertentu. Metode ini membutuhkan data dalam bentuk angka-angka kemudian dianalisis memakai alat bantu statistik. Informasi serta data dalam penelitian ini dikumpulkan berdasarkan dari hasil data responden masyarakat Surakarta.

#### **3.2. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian adalah tempat untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan semua informasi, data, dan isu-isu yang berkaitan dengan kepentingan penelitian. Penelitian dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2022 sampai dengan bulan Maret 2023. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Surakarta.

#### **3.3. Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1. Populasi**

Menurut Sugiyono, (2013) mengatakan bahwa populasi wilayah bagian umum yang berisi objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari selanjutnya akan ditarik kesimpulan. Populasi yang diadopsi dalam penelitian ini yaitu masyarakat

Surakarta, yang berjumlah 532.008 jiwa. Data ini diperoleh dari bagian Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.

### 3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2013) mengatakan bahwa sampel merupakan komponen dari jumlah dan kriteria dari populasi yang telah dipilih. Selanjutnya, populasi tersebut disaring dengan teknik *non-propability sampling* yakni sebuah teknik penyaringan sampel dimana tidak terdapat kesempatan yang sama dari untuk dipilih menjadi sampel. Jumlah sampel yang hendak dipilih menjadi responden dapat dihitung dengan rumus *slovin*, sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n : Besaran Sampel
- N : Jumlah Populasi
- e : Batasan Toleransi Kesalahan (*Error tolerance*)

Berdasarkan rumus diatas, maka besarnya sampel, sebagai berikut:

$$n = \frac{523.008}{1+523.008(0,1)^2} = 83,948$$

Mengacu pada perhitungan rumus *slovin* diatas, maka jumlah sampel pada penelitian ini sejumlah 83,948 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.4. Tehnik Pengambilan Sampel

Tehnik sampling adalah cara atau tehnik pengambilan sampel (Sugiyono, 2013). Ada berbagai metode pengambilan sampel yang dapat digunakan sesuai kebutuhan. Proses pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah salah satu metode

perhatian dan spesifikasi peneliti, artinya peneliti sendiri yang menentukan pengambilan sampel yang dilakukan karena alasan tertentu (Sugiyono, 2013).

Adapun alasan tertentu dari sampel penelitian ini adalah :

- a. Masyarakat/Domisili Surakarta
- b. Usia tahun 20 - 40 tahun
- c. Memiliki akun Shopee

### **3.5. Sumber Data**

Penyusunan riset ini menggunakan data primer dan sekunder, yang dapat didefinisikan sebagai berikut:

#### **3.5.1. Data Primer**

Menurut Sugiyono, (2013), data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari observasi langsung masyarakat Surakarta. Data tersebut harus dicari dari pihak yang memberikan informasi, baik yang digunakan sebagai bahan penelitian maupun yang digunakan sebagai sarana untuk memperoleh informasi atau data yang ditentukan oleh peneliti.

#### **3.5.2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono, (2013) data sekunder merupakan sumber yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah gambaran umum tentang Surakarta dan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini seperti buku, dokumen, buku, surat kabar dan sumber tertulis lainnya.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik:

#### **3.6.1. Observasi**

Sugiyono, (2013) mengartikan obsersevasi sebagai aktivitas yang mengandung unsur biologis dan psikologis yang berbeda. Metode observasi digunakan tidak hanya sebagai sarana realitas atau fakta lapangan dalam kenyataan-kenyataan berupa cara yang terlihat, tetapi juga untuk mendengar. Observasi ini awalnya dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada pada masyarakat Surakarta terhadap penggunaan internet yang mulai berkembang.

#### **3.6.2. Kuisisioner (Angket)**

Menurut Sugiyono, (2013) mengatakan bahwa kuesioner dimaknai sebagai proses mengumpulkan data melalui bentuk pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Kuesioner termasuk cara memperoleh data secara efektif ketika peneliti untuk mengetahui secara pasti cara pengukuran variabel dan mengetahui sesuatu yang diinginkan oleh responden.

Penelitian ini menyebar kuesioner kepada responden yakni masyarakat Surakarta. Kuesioner yang dapat diberikan responden berupa *google form* atau daftar pertanyaan yang akan disebarkan kepada masyarakat dengan maksud untuk memperoleh data. Penggunaan keusioner mempunyai tujuan utama yakni:

1. Informasi yang didapatkan bersifat lebih relevan dan sesuai tujuan penelitian tersebut



2. Informasi yang didapatkan memiliki tingkat reabilitas dan validitas yang tinggi

Kuesioner dalam riset ini disusun dan dijelaskan berdasarkan tujuan dan dugaan sementara yang dikembangkan untuk mengonfirmasi rumusan masalah yang telah dikerucutkan. Kemudian pertanyaan yang ada dalam keusioner dibuat dengan menggunakan *Skala Likert*, sebagai berikut:

Tabel 3 1  
Skala Likert

<b>Kategori</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Cukup Setuju (TS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3.6.3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, (2013) mengatakan bahwa dokumentasi ialah catatan kejadian yang telah lampau. Dokumen dapat berwujud foto dokumenter dalam penelitian, tulisan, laporan kerja, dan dokumentasi yang relevan.

### 3.7. Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang dianalisis memiliki nilai yang berbeda. Menurut Sugiyono, (2013) mengatakan bahwa variabel penelitian ialah karakteristik atau nilai orang yang memiliki beberapa perbedaan yang ditentukan peneliti kemudian dipelajari dan disimpulkan. Definisi operasional variabel yang akan diteliti, sebagai berikut:

### 3.7.1. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono, (2013) menyatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang dapat memberikan pengaruh dan memberi sebab perubahan atau awal dari variabel dependen (terikat). Variabel dalam yang digunakan yakni kemudahan (X1), manfaat (X2), risiko (X3), dan kepercayaan (X4).

### 3.7.2. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono, (2013) mengatakan bahwa variabel terikat atau variabel dependen sebagai output, kriteria, hasil dan menjadi variabel dipengaruhi atau menjadi akibat disebabkan oleh variabel bebas (Independen). Variabel terikat dalam riset ini yaitu minat (Y).

### 3.8. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel yaitu suatu atribut atau nilai-nilai orang, objek maupun aktivitas yang memiliki perbedaan tertentu yang hendak dipelajari peneliti.

Tabel 3 2  
Definisi Operasional Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Minat (Y)	Minat adalah suatu keinginan atau minat terhadap suatu hal atau kegiatan tertentu yang menarik minatnya, sehingga ia mau melakukannya tanpa dipaksa oleh orang lain.	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat Preferensial
2	Kemudahan (X1)	Kemudahan penggunaan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi informasi mudah dan tidak memerlukan usaha khusus dari pengguna.	a. <i>Easy to learn</i> (mudah dipelajari) b. <i>Easy to use</i> (mudah digunakan) c. <i>Timeliness</i> (sistem informasi) d. <i>Clear and understandable</i> (jelas dan mudah dimengerti)

			e. <i>Become Skillful</i> (jadi terampil)
3	Manfaat (X2)	Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini masyarakat akan diperoleh dari penggunaan teknologi informasi.	a. <i>Makes Job Easier</i> (menjadi lebih mudah) b. <i>Increase Productivity</i> (menambah produktifitas) c. <i>Enhance effectiveness</i> (mempertinggi efektifitas) d. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya
4	Risiko (X3)	Risiko merupakan konsekuensi buruk yang harus dihadapi ketika mengambil keputusan akibat ketidakpastian.	a. Risiko keuangan b. Risiko keamanan c. Risiko produk
5	Kepercayaan (X4)	Kepercayaan adalah suatu kepercayaan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hubungan dua pihak yang didasarkan pada keyakinan bahwa pihak yang mempercayai akan memenuhi semua kewajibannya seperti yang diharapkan.	a. Kehandalan b. Kepedulian c. Kredibilitas

### 3.9. Analisis Data

Menurut Sugiyono, (2013) mengatakan bahwa teknik analisis data ialah aktivitas yang dikerjakan setelah seluruh jawaban yang telah terkumpul. Aktivitas menganalisis ini meliputi mengumpulkan data sesuai dengan variabel dan responden penelitian, mengolah dan menganalisis data menggunakan alat bantu kemudian disimpulkan. Kegiatan analisis data ini dimaksudkan untuk melihat adanya pengaruh variabel kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan terhadap

minat menggunakan shopee *paylater* pada masyarakat Surakarta. Analisis tersebut memakai alat bantu SPSS versi 25.

### **3.9.1. Uji Instrumen**

#### **1. Uji Validitas**

Menurut Ghozali, (2018) mengatakan bahwa uji validitas merupakan sebuah indikasi pada tingkat validitas maupaun ketepatan pada suatu instrumen. Uji validitas memiliki kegunaan ialah untuk valid atau tidak dalam pengukuran keusioner tersebut. Untuk menguji tingkat signifikansi dapat diamati dengan perbandingan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel mengartikan bahwa data tersebut valid atau layak. Untuk melihat valid atau tidaknya butir pertanyaan melalui korelasi dengan taraf signifikan 0,05 yang menandakan keusioner tersebut valid atau layak.

#### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reabilitas dimaksudkan untuk melihat taraf kepercayaan dari angket yang telah disebar. Untuk mengetahui reabilitas dapat menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yang berfungsi melihat kompleksitas tugas, tekanan ketaan, pengetahuan peneliti. Adapun kriteria menurut Ghozali, (2018) pada saat pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan, sebagai berikut:

- a. Jika koefisien *Cronbach Alpha*  $>$  0,70 menandakan butir pertanyaan yang dipakai bersifat andal atau variabel tersebut dikatakan reliabel.
- b. Jika koefisien *Cronbach Alpha*  $<$  0,70 menandakan butir pertanyaan yang dipakai bersifat tidak andal atau variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

### 3.9.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah pengujian yang dipakai untuk memastikan data yang telah dikumpulkan terdapat masalah atau tidak yang nantinya dapat dilakukan analisis lebih lanjut dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Untuk uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah cara yang digunakan untuk melihat terdapat distribusi secara normal atau tidak dari residual model penelitian Ghozali, (2018). Uji ini dapat diketahui melalui penyebaran data serta sumber diagonal grafik normal *probabiliity plot of regression standardddized* maupun di uji dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*. Uji *Kolmogrov-Sinrnov* dapat diuji dengan membuat hipotesis, sebagai berikut:

- a.  $H_0$  : terdistribusi normal, apabila signifikansi  $> 0,05$ .
- b.  $H_a$  : tidak terdistribusi normal, apabila signifikansi  $< 0,05$ .

#### 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali, (2018) menjelaskan uji multikolinieritas ialah uji yang dimaksudkan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Untuk menguji uji terdapat atau tidaknya gejala tersebut melalui nilai *tolerance* maupun *variance inflution factor* (VIF) dengan ketentuan berikut:

- a. Apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , menandakan lolos uji multikolinieritas.
- b. Apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ , menandakan tidak lolos uji multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskidasitas

Uji heteroskidasitas berfungsi melihat ketidaksamaan *variance* dari residual satu peninjauan ke peninjauan yang lain dalam model pengujian Ghozali, (2018). Model regresi yang baik sepatutnya tidak terjadi heteroskedasitas. Pada model regresi berganda tidak terjadi heteroskedasitas. Cara melihatnya yaitu dengan grafik *scatterplot*, jika titik-titik menyebar diatas atau dibawah 0 pada sumbu Y. Kemudian dapat diketahui pula dengan Uji *Spearman's rho*, jika diperoleh nilai signifikan  $> 0,05$  maka menandakan tidak terdapat gejala heteroskedastis.

#### 3.9.3. Uji Ketetapan Model

##### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi (Uji  $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengamati seberapa besar variabel bebas mampu mengejawantahkan variabel terikat. Apabila angka R Square semakim besar, maka semakin besar pula kemampuan variabel bebas dalam mendeskripsikan variabel terikat. Artinya, variabel bebas yang dipilih memiliki kontribusi kuat dalam memberikan informasi tentang variabel yang dipengaruhi.

##### 2. Uji F

Menurut Ghozali, (2018) menyatakan bahwa uji F bertujuan untuk memperlihatkan kelompok variabel bebas dalam memberikan pengaruh secara serentak terhadap variabel terikat. Ketika F hitung  $> F$  tabel, menandakan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap minat. Cara pengambilan keputusannya yakni:

- a. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  menandakan adanya pengaruh simultan.
- b. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  menandakan tidak adanya pengaruh simultan.

### 3.9.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini memiliki maksud untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Ghazali, (2018) menjelaskan, model regresi ini berguna untuk mendeskripsikan besarnya hubungan dan pengaruh antar variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier berganda yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Terhadap Minat
X <sub>1</sub>	: Kemudahan
X <sub>2</sub>	: Manfaat
X <sub>3</sub>	: Risiko
X <sub>4</sub>	: Kepercayaan
$\alpha$	: Konstanta
$\beta_{1.2.3.4}$	: Koefisien Regresi
$\varepsilon$	: Standar Error

### 3.9.5. Uji Hipotesis (Uji t)

Definisi uji hipotesis (Uji t) adalah cara untuk memperlihatkan apakah variabel independen secara individu dapat mempengaruhi variabel dependen.

Berikut cara menyimpulkannya Ghazali, (2018) :

1. Apabila t-statistika > t-tabel menandakan terdapat pengaruh parsial dari variabel independen ke dependen.
2. Apabila t-statistika < t-tabel menandakan tidak terdapat pengaruh parsial dari variabel independen ke dependen. Apabila nilai Sig < 0,05 dugaan sementara diterima.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode pembayaran *shopeepaylater* sebagai obyek penelitian. Persentase *paylater* adalah pembayaran yang sering digunakan di Indonesia, ini menunjukkan bahwa persentase *shopee paylater* 78,4% lebih tinggi dari yang lain. Data menunjukkan bahwa *shopee paylater* merupakan teknik transaksi *paylater* yang paling banyak dipakai pengguna. Persaingan semakin ketat jika dilihat dari rata-rata penggunaannya (Wibasuri, 2022).

*Shopee Paylater* adalah diantara transaksi pembayaran *shopee* selain transfer bank, kartu kredit atau *shopeepay*. Dengan metode *shopee paylater*, pengguna aktif *shopee* memperoleh keefektifitasan berbelanja berupa pinjaman cepat dan bunga yang sangat minim. Sebagai keuntungan menggunakan *shopee paylater*, *shopee* menawarkan keuntungan kepada pengguna aktif aplikasi *shopee* berupa pinjaman instan dengan bunga minimal. Sama halnya dengan metode pembayaran yang dilakukan dengan kartu kredit, setelah transaksi pembelian dilakukan melalui *shopee paylater*, tagihan harus dibayar kemudian sesuai dengan jangka waktu pembayaran yang bisa dipilih saat melakukan pembayaran di aplikasi *shopee* (Hendriyawan & Mayangsari, 2020).

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dilakukan dalam meneliti pengaruh kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan terhadap *shopee paylater*. Subjek pada penelitian ini merupakan masyarakat Surakarta yang mempunyai akun



shopee. Pengumpulan data dalam riset ini dilaksanakan dengan penyebaran kuesioner melalui google form dan offline ke tempat tertentu. Jumlah responden berjumlah 100 orang yang memiliki akun shopee yang akan diteliti. Perolehan data setelah kuota sampel terpenuhi kemudian diolah menggunakan software SPSS Versi 25.

#### 4.2. Deskripsi Identitas Responden

Karakteristik responden ini digambarkan sesuai dengan kondisi yang terjadi pada responden dalam memberikan informasi tambahan. Berdasarkan penyebaran instrument penelitian pada konsumen *marketplace*Shopee, sampel yang diperoleh dari 100 masyarakat di Surakarta yang mempunyai akun aktif Shopee, karakteristik responden yang didapat seperti: jenis kelamin, usia, domisili responden, dan pengguna aktif Shopee.

##### 4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden dilihat dari jenis kelamin disajikan dalam table berikut:

5. Tabel 4 1

6. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
Laki - laki	30	30%
Perempuan	70	70%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Dilihat data table diatas, menunjukkan bahwasanya dari 100 responden yang diperoleh, jumlah responden laki – laki berjumlah 30 responden dengan presentase

30%, untuk responden perempuan diperoleh sebanyak 70 orang dengan presentase sebesar 70%. Dengan demikian pada penelitian ini mayoritas responden dilihat dari jenis kelaminnya adalah perempuan dengan perbandingan 70% >30% dibandingkan dengan laki – laki.

#### 4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik responden dilihat dari klasifikasi usia dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4 2  
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
20 – 25 tahun	82	82%
26 – 30 tahun	12	12%
31 – 35 tahun	5	5%
36 – 40 tahun	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan data tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwasanya untuk klasifikasi usia terbagi menjadi empat kelompok usia yaitu 20 - 25 tahun, 26 - 30 tahun, 31 - 35 tahun, dan 36 – 40 tahun. Berdasarkan hasil table diatas mayoritas usia pada penelitaian ini yaitu responden dengan usia 20 - 25 tahun sebanyak 82 responden atau 82%, sedangkan usia 26 – 30 tahun sebanyak 12 responden atau 12%, usia 31 sampai 35 tahun sebanyak 5 orang atau 5%. Dan yang terakhir adalah usia 36 sampai 40 berjumlah 1 responden dengan nilai presentase sebanyak 1%.

#### 4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal

5. Tabel 4 3

6. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

<b>Domisili</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
Jebres	17	17%
Banjarsari	25	25%
Pasar Kliwon	18	18%
Serengan	15	15%
Laweyan	25	25%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang diolah, (2023)

Melalui data dari domisili responden diatas diketahui bahwa Jebres sebanyak 17 responden atau 17%, Banjarsari sebanyak 25 responden atau 25%, Pasar Kliwon sebanyak 18 responden atau 18%, Serengan sebanyak 15 responden 15%, dan Laweyan sebanyak 25 responden 25%. Rata – rata responden berdasarkan dari data domisili di dominasi pada Kecamatan Banjarsari dan Laweyan masing-masing sebanyak 25 responden.

#### 4.3. Hasil Uji Analisis Deskriptif

5. Analisis deskriptif merupakan statistik yang dilakukan untuk menganalisis data melalui cara penjelasan maupun menggambarkan data yang sudah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Analisis deskriptif juga memiliki tujuan untuk menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean*, dan *standar deviatio* data yang dikumpulkan.

6. Tabel 4 4  
7. Hasil Uji Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEMUDAHAN (X1)	100	9	25	18.60	3.782
MANFAAT (X2)	100	4	20	14.30	3.815
RISIKO (X3)	100	3	15	10.76	3.046
KEPERCAYAAN (X4)	100	3	15	10.56	3.208
MINAT (Y)	100	3	15	10.83	2.941
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data primer yang diolah, (2023)

Merujuk pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai *mean* kemudahan sebanyak 18,60, nilai *minimal* 9, nilai maksimal 25 serta untuk nilai *standard deviation* 3,782. Selanjutnya nilai *mean* untuk variabel manfaat hasilnya ialah 14,30, nilai *minimal* 4, nilai *maksimal* 20, dan untuk nilai *standard deviation* 3,815. Sedangkan, untuk nilai *mean* risiko yaitu 10,76, nilai *minimal* 3, nilai *maximum* 15, serta untuk nilai *standar deviation* 3,046. Kemudian nilai *mean* untuk variabel kepercayaan adalah sebanyak 10,56, nilai *minimum* 3, nilai *maximum* 15, dan *standar deviation* 3,208. Terakhir nilai *mean* minat ialah 10,83, nilai *minimal* 3, nilai *maximum* 15, dan untuk nilai *standar deviation* adalah 2,941.

#### 4.4. Hasil Pengujian Dan Hasil Analisis

##### 4.4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

###### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan yang dipakai untuk menguji atau mengukur valid tidaknya dalam keusioner penelitian tersebut. Besarnya *degree of freedom* dengan

rumus ialah  $(df) = n-2$  dengan jumlah sampel 100, maka  $df$  hitung  $100-2 = 98$  atau  $df$  98 dengan menggunakan  $\alpha$  0,05 diperoleh di  $r$  tabel ialah 0,165. Simpulannya jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka dikatakan valid. Berikut hasil pengujiannya:

Tabel 4 5  
Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected</i> pertanyaan Total <i>Correlation</i>	r table	Keterangan
<b>Kemudahan (X1)</b>	Pertanyaan 1	0,862	0,165	Valid
	Pertanyaan 2	0,788	0,165	Valid
	Pertanyaan 3	0,867	0,165	Valid
	Pertanyaan 4	0,713	0,165	Valid
	Pertanyaan 5	0,848	0,165	Valid
<b>Manfaat (X2)</b>	Pertanyaan 1	0,656	0,165	Valid
	Pertanyaan 2	0,890	0,165	Valid
	Pertanyaan 3	0,871	0,165	Valid
	Pertanyaan 4	0,872	0,165	Valid
<b>Risiko (X3)</b>	Pertanyaan 1	0,926	0,165	Valid
	Pertanyaan 2	0,947	0,165	Valid
	Pertanyaan 3	0,917	0,165	Valid
<b>Kepercayaan (X4)</b>	Pertanyaan 1	0,948	0,165	Valid
	Pertanyaan 2	0,938	0,165	Valid
	Pertanyaan 3	0,911	0,165	Valid
<b>Minat (Y)</b>	Pertanyaan 1	0,930	0,165	Valid
	Pertanyaan 2	0,910	0,165	Valid
	Pertanyaan 3	0,903	0,165	Valid

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS.25, (2023)

Pada tabel 4.6 dapat dijelaskan keseluruhan butir pertanyaan mendapatkan  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel (0,165). Hal tersebut menunjukkan item yang digunakan bersifat valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian selanjutnya yaitu uji reabilitas yang dipakai untuk melihat tingkat kepercayaan dalam menguji kuesioner yang disebarkan. Salah satu caranya yaitu dengan *Cronbach Alpha*, apabila  $\alpha > 0,70$  menandakan reliabel.

Tabel 4 6  
Uji Reliabilitas

Variabel	Reabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Kemudahan	5 pertanyaan	0,874	Reliabel
Manfaat	4 pertanyaan	0,844	Reliabel
Risiko	3 pertanyaan	0,921	Reliabel
Kepercayaan	3 pertanyaan	0,925	Reliabel
Minat	3 pertanyaan	0,902	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS.25, (2023)

Mengenai tabel 4.7 bahwa semua butir jawaban dari hasil kuesioner dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel mendapatkan *Cronbach Alpha*  $> 0,70$ . Maka dapat dikatakan bahwa X1, X2, X3, X4 dan Y memiliki pertanyaan yang reliabel atau andal.

#### 4.4.2. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Untuk menganalisis terdistribusi normal atau tidaknya variabel pengganggu atau residual diperlukan uji normalitas. Adapun cara untuk melihatnya yaitu uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 4 7  
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation	2.07085247
	Absolute	.072
	Positive	.045
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS.25, (2023)

Berdasarkan dari hasil pengujian pada tabel 4.8, *Kolmogorov-Smirnov* mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,200 > 0,05$ , mengartikan residual mempunyai distribusi secara normal.

##### 2. Uji Multikolinieritas

Dimaknai sebagai pengujian yang berguna untuk mengetahui suatu model regresi apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji uji ada

maupun tidak multikolinieritas diketahui melalui nilai tolerance maupun *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 4 8  
Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KEMUDAHAN (X1)	.493	2.027
	MANFAAT (X2)	.711	1.406
	RISIKO (X3)	.876	1.141
	KEPERCAYAAN (X4)	.699	1.430

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS.25, (2023)

Mengenai tabel 4.8 diperoleh informasi nilai *tolerance* untuk variabel kemudahan 0,493, manfaat 0,711, risiko 0,876, dan kepercayaan 0,699. Keseluruhan nilai *tolerance* dari keempat variabel lebih tinggi dari 0,05. Nilai VIF dari variabel kemudahan adalah 2,027, variabel manfaat adalah 1,406, variabel risiko adalah 1,141 dan variabel kepercayaan adalah 1,430. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari keempat variabel diatas lebih kecil dari < 10. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas.



### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui terdapat atau tidaknya kesamaan *variance* dari residual satu peninjauan ke peninjauan yang lain dalam model regresi. Pada riset ini menggunakan uji *Spearman's rho* untuk mendeteksi. Cara pengambilan keputusannya yakni ketika nilai signifikansi diatas 0,05 maka disimpulkan terhindar dari asumsi heteroskedastisitas.

Tabel 4 9  
Uji Heteroskedastisitas

Correlations							
		KEMUDAHAN (X1)	MANFAAT (X2)	RISIKO (X3)	KEPERCAYAAN (X4)	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	KEMUDAHAN (X1)	Correlation Coefficient	1,000	.433**	.342**	.567**	-0,003
		Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,979
		N	100	100	100	100	100
	MANFAAT (X2)	Correlation Coefficient	.433**	1,000	0,049	.221*	0,000
		Sig. (2-tailed)	0,000		0,632	0,027	0,996
		N	100	100	100	100	100
	RISIKO (X3)	Correlation Coefficient	.342**	0,049	1,000	.221*	0,064
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,632		0,027	0,529
		N	100	100	100	100	100
	KEPERCAYAAN (X4)	Correlation Coefficient	.567**	.221*	.221*	1,000	0,007
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,027	0,027		0,947
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-0,003	0,000	0,064	0,007	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,979	0,996	0,529	0,947	
		N	100	100	100	100	100

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

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

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS.25, (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan masing-masing variabel antara lain, variabel kemudahansebanyak 0,979, variabel manfaatsebanyak 0,996, variabel risikosebanyak 0,529 dan variabel kepercayaan sebanyak 0,947. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai uji kempat variabel lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.4.3. Uji Ketepatan Model

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana variabel bebas memiliki kemampuan menjelaskan terhadap variabel terikat dengan melihat R Square.

Tabel 4 10  
Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 <sup>a</sup>	0,504	0,483	2,114
a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN (X4), RISIKO (X3), MANFAAT (X2), KEMUDAHAN (X1)				
b. Dependent Variable: MINAT (Y)				

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS.25, (2023)

Tabel 4.10 memberikan informasi nilai R Square 0,504 atau (50,4%). Jadi dapat dikatakan bahwa kemudahan (X1), manfaat (X2), risiko (X3), dan kepercayaan (X4) memiliki pengaruh besar 0,504 atau (50,4%) terhadap minat menggunakan shopee *paylater* (Y). sedangkan sisanya dipengaruhi faktor - faktor yang tidak diterapkan dalam model pengujian.

#### 2. Uji F

Pengujian ini bertujuan memperlihatkan keseluruhan variabel bebas apakah dapat mempengaruhi dependen secara serentak. Ketika F hitung > F tabel mengartikan seluruh variabel bebas berpengaruh simultan terhadap variabel terikat.

*Tabel 4.11*  
*Uji F*

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431,555	4	107,889	24,142	.000 <sup>b</sup>
	Residual	424,555	95	4,469		
	Total	856,110	99			
a. Dependent Variable: MINAT (Y)						
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN (X4), RISIKO (X3), MANFAAT (X2), KEMUDAHAN (X1)						

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS.25, (2023)

Tabel 4.11 menunjukkan informasi bahwa nilai F tabel untuk nilai signifikansi  $\alpha = 10\%$  dengan regression  $df = n - k - 1$  atau  $df = 100 - 4 - 1 = 95$  dengan F tabel sebesar 2,47. Sedangkan nilai F hitung  $24,142 > F_{tabel} 2,47$ . Kemudian, untuk nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  Hal tersebut menandakan bahwa secara serentak variabel X1, X2, X3, dan X4 dapat mempengaruhi Y.

#### 4.4.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan ketika jumlah variabel bebas yang digunakan dua atau lebih, analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh kemudahan (X1), manfaat (X2), risiko (X3), kepercayaan (X4) terhadap minat menggunakan shopee *paylater* (Y).

Tabel 4 12  
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,568	1,252		0,454	0,651		
	KEMUDAHAN (X1)	0,484	0,080	0,622	6,050	0,000	0,493	2,027
	MANFAAT (X2)	-0,008	0,066	-0,010	-0,118	0,907	0,711	1,406
	RISIKO (X3)	-0,011	0,075	-0,012	-0,153	0,878	0,876	1,141
	KEPERCAYAAN (X4)	0,142	0,079	0,154	1,788	0,077	0,699	1,430

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS.25, (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 untuk hasil uji analisis regresi linier berganda dengan penjabaran berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 KM + \beta_2 MF + \beta_3 RS + \beta_4 KP + \varepsilon$$

$$Y = 0,568 + 0,484 KM + -0,008 MF + -0,011 RS + 0,142 KP$$

Keterangan:

Y : Minat Menggunakan Shopee *Paylater*

$\alpha$  : Koefisien Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ : Koefisien Regresi

PK : Kemudahan

PK : Manfaat

RS : Riskio

KP : Kepercayaan

$\varepsilon$  : Standar *Error*

Berikut penjabaran hasil analisis regresi linear berganda:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) minat menggunakan shopee *paylater* (Y) senilai 0,568 yang menyatakan bahwa apabila variabel kemudahan (X1), manfaat (X2), risiko

(X3), dan kepercayaan (X4) yang dapat diasumsikan 0 maka minat menggunakan shopee *paylater* yang nilainya senilai 0,568 satuan.

2. Koefisien regresi Variabel Kemudahan (X1) sebesar 0,484 artinya jika Kemudahan terjadi kenaikan 1% maka Minat menggunakan shopee *paylater* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,484 dengan asumsi variabel tetap. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan yang positif antara variabel Kemudahan (X1) terhadap Minat menggunakan shopee *paylater* (Y).
3. Koefisien regresi untuk Variabel Manfaat (X2) nilainya senilai -0,008 artinya jika variabel kemudahan naik 1% sehingga Minat menggunakan shopee *paylater* (Y) akan mengalami kenaikan -0,008 dengan asumsi variabel tetap. Koefisien bernilai negatif, artinya terjadi hubungan yang tidak positif antara variabel manfaat (X2) terhadap minat menggunakan shopee *paylater* (Y).
4. Koefisien regresi Variabel Risiko (X3) sebesar -0,011 artinya jika variabel Risiko naik 1% akan membuat Minat menggunakan shopee *paylater* (Y) mengalami kenaikan sebesar -0,011 dengan asumsi variabel tetap. Koefisien bernilai negatif, artinya terjadi hubungan yang tidak positif antara variabel risiko (X3) terhadap minat penggunaan shopee *paylater* (Y).
5. Koefisien regresi Variabel Kepercayaan (X4) sebesar 0,142 artinya jika Kepercayaan naik 1% maka Minat menggunakan shopee *paylater* (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,142 dengan asumsi variabel tetap. Koefisien bernilai positif, yang mana terjadi hubungan yang positif antara variabel Kepercayaan (X4) terhadap Minat menggunakan shopee *paylater* (Y).

#### 4.4.5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji parsial (uji t) adalah pengujian untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh dari setiap variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat, apakah hasilnya signifikan atau tidak. Dengan asumsi sebagai berikut:

1. Apabila t-statistika > t-tabel menandakan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima.
2. Apabila t-statistika < t-tabel menandakan tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima.
3. Apabila nilai Sig < 0,05 menandakan bahwa hipotesis diterima.

Tabel 4 13  
Uji t

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,568	1,252		0,454	0,651		
	KEMUDAHAN (X1)	0,484	0,080	0,622	6,050	0,000	0,493	2,027
	MANFAAT (X2)	-0,008	0,066	-0,010	-0,118	0,907	0,711	1,406
	RISIKO (X3)	-0,011	0,075	-0,012	-0,153	0,878	0,876	1,141
	KEPERCAYAAN (X4)	0,142	0,079	0,154	1,788	0,077	0,699	1,430

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS.25, (2023)

Dari tabel tersebut, untuk uji persial dalam penentuan nilai t tabel menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dengan menggunakan rumus t tabel =  $(\alpha/2 ; n-k-1)$  dimana “ $\alpha$ ” adalah tingkat kepercayaan, “n” adalah jumlah sampel yang digunakan, dan “k” adalah jumlah variabel bebas maka menghasilkan angka t tabel =  $(0,05/2 ; 100-4-1) = (1 ; 95)$  maka ditemukan nilai t tabel sebesar 1,66105

atau dibulatkan menjadi 1,661. Melalui nilai t tabel yang telah ditemukan maka dapat dilihat pengaruh antar variabel sebagai berikut:

### **1. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Berdasarkan hasil pengujian, diamati variabel kemudahan mempunyai nilai t hitung sebesar 6,050 serta untuk t tabel 1,661. Maka, untuk t hitung  $>$  t tabel (6,050  $>$  1,290) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya  $H_{a1}$  diterima dan menandakan variabel kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

### **2. Pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Berdasarkan hasil pengujian, diamati variabel manfaat mempunyai nilai t hitung sebesar -0,188 serta untuk t tabel 1,661. Maka, untuk t hitung  $<$  t tabel (-0,188  $<$  1,661) dengan nilai signifikansi  $0,907 > 0,05$ . Artinya  $H_{a2}$  tidak diterima. Artinya variabel manfaat tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

### **3. Pengaruh risiko terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Berdasarkan hasil pengujian, diamati variabel risiko mempunyai nilai t hitung sebesar -0,153 serta untuk t tabel 1,661. Maka, untuk t hitung  $<$  t tabel (-0,153  $<$  1,661) dengan nilai signifikansi  $0,878 > 0,05$ . Artinya  $H_{a3}$  tidak diterima. Artinya variabel risiko tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

#### **4. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Berdasarkan hasil pengujian, diamati variabel kepercayaan mempunyai nilai  $t$  hitung sebesar 1,788 serta untuk  $t$  tabel 1,661. Maka, untuk  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel (1,788  $>$  1,661) dengan nilai signifikansi  $0,077 > 0,05$ . Artinya  $H_{a4}$  diterima dan menandakan variabel kemudahan memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

#### **4.5. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.5.1. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Pengaruh kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. Hasil uji  $t$ -statistik  $6,050 > 1,661$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , Dengan demikian variabel kemudahan diterima. Hal ini menjelaskan jika kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. Artinya semakin tinggi tingkat kemudahan yang dimiliki shopee *paylater* maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan shopee *paylater*.

*Perceived ease of use* dideskripsikan sebagai tolak ukur kepercayaan pengguna dalam menggunakan suatu teknologi informasi dan dalam proses penggunaa tidak membutuhkan usaha yang banyak. Hasilnya menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dapat menjelaskan alasan seseorang tertarik untuk menggunakan sebuah sistem. Intensitas penggunaan teknologi informasi yang tinggi dan dengan adanya interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem tersebut mudah untuk digunakan (Davis, 1989).



Menurut Afdillaha & Mahmud (2023) Minat menggunakan aplikasi merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi. Niat perilaku adalah ukuran minat individu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan adanya suatu layanan. Niat dipahami sebagai keinginan internal individu untuk melakukan pola perilaku tertentu. Konsep ini berarti bahwa orang bertindak ketika mereka memiliki niat. Niat perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku yang sebenarnya.

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis (1989) Persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam minat menggunakan sistem. Persepsi kemudahan penggunaan pada riset ini merupakan masyarakat di Surakarta dalam penggunaan shopee *paylater* mudah dan tidak membutuhkan usaha yang banyak. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat atau tidaknya masyarakat di Surakarta terhadap shopee *paylater*.

Kemudahan penggunaan dapat memberikan pengaruh minat penggunaan *paylater* disebabkan tiga faktor. Pertama, usaha yang dikeluarkan responden tidak lah berat dalam memahami maupun penggunaannya. Kedua, kemampuan penggunaan teknologi maupun internet menjadi unsur yang membuat *paylater* dianggap sebagai sistem yang mudah dalam pengaplikasiannya. Ketiga, kualitas dan tingkat keamana sistem juga mempengaruhi minat penggunaan, ketika tingkat keamanan buruk maka pengguna akan merasa tidak aman dalam melakukan transaksi dengan *paylater* (Atieq & Nurpiani, 2022).

Dimana hasil ini sesuai beberapa penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan Desita & Dewi (2022) yang menjelaskan jika variabel kemudahan penggunaan dengan minat penggunaan menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Kemudian Marchelina & Pratiwi (2018) persepsi kemudahan berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan secara parsial. Terakhir Romandhon (2023) persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.

Hasil analisis deskriptif variabel kemudahan pengguna pada minat masyarakat di Surakarta dalam menggunakan shopee *paylater* nilai *mean* persepsi kemudahan penggunaan adalah sebesar 18,60 masuk dalam kategori tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan *paylater* oleh masyarakat memiliki kategori sangat tinggi. Ini menunjukkan faktor kemudahan penggunaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat di Surakarta dalam menggunakan shopee *paylater*.

Variabel kemudahan mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*, Didukung oleh hasil dari olah data pada penelitian ini. Selain itu, hal ini juga sama dengan konsep *Technology Acceptance Model (TAM)* yang mengemukakan bahwasanya kemudahan adalah unsur yang mempengaruhi minat menggunakan shopee *paylater*.

#### **4.5.2. Pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Variabel manfaat yang diajukan dalam penelitian ini adalah tidak terdapat pengaruh manfaat terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

Berdasarkan data yang diolah variabel manfaat memberikan hasil uji t-statistik sebesar  $-0,118 < 1,661$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,907 > 0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan shopee *paylater*.

Kegunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna bahwa teknologi informasi akan meningkatkan kinerja sistem itu sendiri. Jika seseorang menganggap bahwa teknologi informasi berguna untuk mempermudah proses sehari-hari, maka dia menggunakan sistem tersebut (Davis, 1989). Kegunaan yang dirasakan mengacu pada tingkat kepercayaan yang dimiliki seseorang dalam manfaat dari sistem tertentu, yaitu, apakah sistem akan memberikan lebih banyak manfaat bagi pengguna.

Menurut Afdillaha & Mahmud (2023) Minat menggunakan aplikasi merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi. Niat perilaku adalah ukuran minat individu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan adanya suatu layanan. Niat dipahami sebagai keinginan internal individu untuk melakukan pola perilaku tertentu. Konsep ini berarti bahwa orang bertindak ketika mereka memiliki niat. Niat perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku yang sebenarnya.

Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan selanjutnya dari shopee *paylater* tidak memaksimalkan keuntungan masyarakat. Dilihat dari hasil kuesioner yang disebarkan, meskipun banyak responden yang memberikan jawaban positif, namun masih banyak responden yang tidak setuju atau cenderung memberikan jawaban

negatif. Masyarakat menyatakan minat menggunakan shopee *paylater*, namun dapat disimpulkan bahwa variabel benefit tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan shopee *paylater*.

Hasil penelitian menyatakan bahwa manfaat tidak terdapat pengaruh pada minat penggunaan shopee *paylater* mungkin dikarenakan responden yang diambil pada penelitian ini adalah masyarakat yang berusia 20 - 40 tahun. Masyarakat terkenal dengan gaya hidup yang *cashless*. Pola hidup tersebut sesuai dengan manfaat shopee *paylater* yang ditawarkan seperti pembayaran transportasi, pembelian pulsa atau listrik, dan lainnya hanya melalui shopee. Sehingga responden penelitian ini tidak dapat menikmati manfaat yang ditawarkan oleh layanan shopee *paylater* adanya penambahan biaya administrasi yang tinggi. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan shopee *paylater* pada masyarakat Surakarta menurun.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Marchelina & Pratiwi (2018) menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin et al., (2020) menjelaskan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Hasil analisis deskriptif variabel manfaat pada minat masyarakat di Surakarta dalam menggunakan shopee *paylater* menggambarkan rata-rata dari manfaat penggunaan adalah sebesar 14,30 atau dalam kategori tinggi. Maka

dapat dikatakan bahwa manfaat masyarakat berada dalam kategori tinggi. Dapat disimpulkan bahwa variabel kedua yang menjelaskan bahwa manfaat penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan sistem pembayaran shopee *paylater* ditolak. Sehingga apabila manfaat shopee *paylater* meningkat ataupun menurun maka akan diikuti dengan peningkatan maupun penurunan terhadap minat penggunaan shopee *paylater*.

Pada penelitian ini sejalan dengan hasil olah data menyatakan bahwa hasil manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. Selain itu, penelitian ini menerapkan teori dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang mengemukakan bahwasanya manfaat mempengaruhi pada minat menggunakan teknologi, akan tetapi penelitian ini sejalan dengan hasil olah data yang telah diolah menyatakan bahwa hasil manfaat tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*.

#### **4.5.3. Pengaruh risiko terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Risiko tidak terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. Berdasarkan data yang diolah variabel persepsi risiko memberikan hasil uji t-statistik sebesar  $-0,153 < 1,661$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,878 > 0,05$ . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan shopee *paylater*.

Ketidakpastian yang timbul dari risiko yang dirasakan terkait dengan produk dan layanan atau keputusan pembeli yang dapat menyebabkan konsekuensi yang merugikan. Ketidakpastian yang dihadapi konsumen adalah ketidakpastian hasil saat membuat keputusan pembelian atau menggunakan teknologi secara online

(Hendriyawan & Mayangsari, 2020). Semakin besar risiko menggunakan teknologi baru, semakin besar niat untuk menghindari penggunaan teknologi tersebut. Sebaliknya, jika persepsi risiko akibat kehadiran teknologi tersebut semakin rendah, maka minat untuk menggunakan teknologi tersebut semakin besar (Desita & Dewi, 2022).

Menurut Afdillaha & Mahmud (2023) Minat menggunakan aplikasi merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi. Niat perilaku adalah ukuran minat individu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan adanya suatu layanan. Niat dipahami sebagai keinginan internal individu untuk melakukan pola perilaku tertentu. Konsep ini berarti bahwa orang bertindak ketika mereka memiliki niat. Niat perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku yang sebenarnya.

Risiko pada model TAM untuk menguji pengaruhnya terhadap minat penggunaan sebuah *shopee paylater*. Persepsi risiko dianggap sebagai ketidakpastian yang dirasakan terkait kemungkinan konsekuensi negatif dari penggunaan suatu produk atau layanan (Rodiah & Melati, 2020). Semakin tinggi risiko menggunakan *shopee paylater* tidak terdapat pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *shopee paylater*. Dengan demikian, walaupun risiko menggunakan *shopee paylater* tinggi ataupun rendah, hal tersebut tidak mempengaruhi minat untuk menggunakan *shopee paylater* pada masyarakat di Surakarta.

Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah masyarakat yang mana usianya yang matang sehingga memiliki pengalaman yang memadai dalam hal *smartphone*, internet, bahkan belanja *online*. Sehingga hal tersebut membuat masyarakat di Surakarta merasa tidak minat untuk melakukan transaksi menggunakan *shopee paylater* dan mempertimbangkan risikonya pada jangka panjang. Masyarakat di Surakarta tidak berminat menggunakan *shopee paylater* karena lebih mementingkan akan kegunaan yang ditimbulkan dari penggunaan suatu teknologi daripada kemudahan yang ditawarkan akan tetapi masih banyak risiko dalam penggunaan *shopee paylater*.

Risiko yang dihadapi pengguna suatu produk berupa kerugian finansial yang harus ditanggung, atau konsekuensi negatif seperti kinerja produk yang tidak sesuai harapan konsumen dan pengoperasian produk yang berkepanjangan. Di sisi lain, risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko finansial, dan risiko keamanan tidak memengaruhi minat masyarakat terhadap pembayaran digital yang diyakini bermanfaat dalam mempermudah proses pembayaran (Brahmanta & Wardhani, 2021).

Penelitian ini menggambarkan bahwa masyarakat di Surakarta menganggap bahwa jika terjadinya risiko, mereka masih berminat untuk menggunakan layanan *shopee paylater* Karena pentingnya faktor kebutuhan dan manfaat yang didapat dalam bertransaksi dengan *shopee paylater*. Mereka yakin dapat meminimalisir risiko yang mungkin timbul dan meningkatkan kesadaran mereka dalam menggunakan *shopee paylater*.

Hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa risiko tersebut signifikan dan tidak mempengaruhi minat nasabah terhadap *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko penggunaan *mobile banking* maka semakin besar pula minat nasabah terhadap *mobile banking* (Atieq & Nurpiani, 2022). didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Romandhon (2023) membuktikan jika persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet elektronik OVO. Selain penelitian tersebut dalam penelitian Purboyo (2019) Variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham syariah.

Hasil analisis deskriptif variabel persepsi risiko minat masyarakat terhadap risiko Surakarta saat menggunakan *shopee paylater* menunjukkan rata-rata 10,76 atau dalam kategori lulus. Oleh karena itu, risiko masyarakat dapat dikatakan berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa risiko bukan merupakan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Surakarta untuk menggunakan *shopee paylater*.

Pada penelitian ini sejalan dengan hasil olah data menyatakan bahwa hasil risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*. Selain itu, penelitian ini menerapkan teori dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang mengemukakan bahwasanya risiko mempengaruhi pada minat menggunakan teknologi, akan tetapi penelitian ini sejalan dengan hasil olah data yang telah diolah menyatakan bahwa hasil risiko tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*.



#### **4.5.4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan shopee *paylater***

Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. Berdasarkan data yang diolah, variabel kepercayaan memberikan hasil uji t-statistik sebesar  $1,788 > 1,661$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,077 > 0,05$ . Sehingga dapat ditarik simpulan bahwa kepercayaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan shopee *paylater*.

Kepercayaan yang dirasakan adalah proses dimana seseorang mengembangkan kepercayaan pada suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang diketahui tentang penyedia layanan (Falah, 2021). Kepercayaan adalah semua informasi yang dimiliki dan kesimpulan yang dibuat oleh pengguna tentang objek, fitur, dan manfaat. Kepercayaan ini juga dikatakan sebagai suatu kekuatan yang mengikat dalam sebagian besar transaksi. Kepercayaan mengacu pada ekspektasi orang lain untuk tugas yang diberikan, dan ekspektasi bervariasi antara skala peringkat tinggi dan rendah (Jayantari & Seminari, 2018).

Menurut Afdillaha & Mahmud (2023) Minat menggunakan aplikasi merupakan faktor yang mengukur keberhasilan penerimaan suatu teknologi. Niat perilaku adalah ukuran minat individu yang mendorong perilaku atau menggabungkan sikap dan pengakuan adanya suatu layanan. Niat dipahami sebagai keinginan internal individu untuk melakukan pola perilaku tertentu. Konsep ini berarti bahwa orang bertindak ketika mereka memiliki niat. Niat perilaku dapat digunakan untuk memprediksi perilaku yang sebenarnya.

Jika variabel kepercayaan untuk menggunakan shopee *paylater* kemudian meningkat maka minat orang tersebut untuk menggunakannya akan meningkat pula. Begitu pula sebaliknya, karena kepercayaan pelanggan adalah hal yang paling utama. Minat penggunaan shopee *paylater* akan meningkat ketika masyarakat percaya bahwa Shopee dapat menjaga kerahasiaan data atau informasi dan bahwa layanan shopee *paylater* aman untuk digunakan (Romandhon et al., 2023).

Penelitian ini menggambarkan bahwa sebagian besar masyarakat di Surakarta yakin bahkan percaya jika shopee *paylater* aman digunakan karena maraknya kejahatan yang terjadi ketika menggunakan shopee *paylater*. Hal itu mempengaruhi minat masyarakat untuk bertransaksi menggunakan shopee *paylater* karena tingkat kebutuhan mereka. Masyarakat merasa aman saat bertransaksi menggunakan layanan digital keuangan, mereka juga berminat untuk menggunakannya agar dapat memenuhi transaksi pada masa kini.

Penghalang terbesar penggunaan shopee *paylater* untuk transaksi finansial adalah masalah kepercayaan. Semakin tinggi kepercayaan, maka minat dalam penggunaan shopee *paylater* juga akan meningkat. Kepercayaan juga dikatakan dapat meningkatkan keinginan mulai menggunakan atau proses penggunaan secara berkelanjutan bagi calon pengguna maupun pengguna (Jayantari & Seminari, 2018). Oleh karena itu, kepercayaan yang lebih besar mengenai penggunaan shopee *paylater* akan menarik lebih banyak masyarakat agar minat dalam menggunakan shopee *paylater* serta meningkatkan minat masyarakat dalam bertransaksi melalui layanan keuangan digital.

Hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh tidak signifikan pada minat menggunakan *shopee paylater*. Hasil tersebut selaras dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rodiah & Melati (2020). Yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh pada minat menggunakan *e-wallet*. Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Yogananda & Dirgantara (2017) yang menjelaskan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. Selain penelitian tersebut dalam penelitian Romandhon (2023) yang membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet elektronik OVO.

Hasil analisis deskriptif variabel kepercayaan kepentingan masyarakat Kota Surakarta dengan menggunakan *shopee paylater* menunjukkan rata-rata kepercayaan sebesar 10,83 atau termasuk dalam kategori sesuai. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat dapat dikatakan berada pada kategori yang layak. Hal ini membuktikan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Surakarta untuk menggunakan *shopee paylater*.

Pada penelitian ini sejalan dengan hasil olah data menyatakan bahwa hasil kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan *shopee paylater*. Selain itu, penelitian ini menerapkan teori dari *Technology Acceptance Model (TAM)* yang mengemukakan bahwasanya kepercayaan mempengaruhi pada minat menggunakan teknologi adanya kegunaan untuk meningkatkan kinerja. Selain itu, kepercayaan dipandang sebagai variabel yang berfungsi sebagai penentu perilaku.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini mengangkat judul "Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Pada Masyarakat Surakarta)". Populasi yang diambil pada riset ini sebanyak 100 masyarakat di Surakarta pengguna aktif Shopee. Hasil dari pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25, hasil penelitian serta pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater* pada masyarakat di Surakarta. Hal ini dilihat dengan hasil t-hitung  $>$  t-tabel ( $6,050 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_{a1}$  diterima.
2. Manfaat tidak memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater* pada masyarakat di Surakarta. Ini dapat dilihat dari hasil t-hitung  $<$  t-tabel ( $-0,118 < 1,661$ ) dan nilai signifikansi  $0,907 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_{a2}$  ditolak.
3. Risiko tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan shopee *paylater* pada masyarakat di Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil t-hitung  $<$  t-tabel ( $-0,153 < 1,661$ ) dan nilai signifikansi  $0,878 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_{a3}$  ditolak.

4. Kepercayaan terdapat pengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan *shopee paylater* pada masyarakat Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $1,788 > 1,661$ ) dan nilai signifikansi  $0,077 < 0,05$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 5.2. Keterbatasan

Dari hasil penelitian yang telah dideskripsikan sebelumnya, sistem pembayaran *shopee paylater* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan pada masyarakat di Surakarta. Penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam beberapa hal, sebagai berikut:

1. Variabel dalam riset ini dibatasi hanya pada kemudahan, manfaat, risiko dan kepercayaan. Sehingga terdapat kemungkinan variabel yang dapat digunakan dalam mengetahui unsur-unsur yang mempengaruhi minat penggunaan yang tidak digunakan dalam penelitian ini.
2. Hanya menggunakan 100 responden dari pengguna aktif *Shopee* di Surakarta sehingga terdapat kemungkinan kurangnya tingkat ketelitian yang dapat mewakili dari keseluruhan populasi.
3. Pada penelitian ini, hasil pengujian determinasi memberikan nilai *R-square* sebesar 50.8% nilai *r-square* ini tergolong kategori sedang, sedangkan 49.8% dipengaruhi variabel yang tidak digunakan dalam riset ini.
4. Selama proses pengumpulan data, informasi yang disampaikan responden saat mengisi kuesioner bisa saja jawaban responden tidak menunjukkan pendapat responden yang sejujurnya.

### **5.3. Saran**

Berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh dari pembahasan, penelitian ini mengemukakan beberapa saran yaitu antara lain:

#### **5.3.1. Bagi Perusahaan**

1. Diharapkan dapat lebih meningkatkan penerapan faktor-faktor yang mempunyai hubungan yang dapat menggunakan sistem pembayaran yang mudah digunakan dalam kebutuhan pada masyarakat, sehingga akan dapat meningkatkan volume pengguna shopee *paylater*.
2. Meskipun terdapat faktor yang tidak memiliki pengaruh seperti manfaat dan risiko terhadap minat menggunakan shopee *paylater*. Akan tetapi perusahaan dapat meningkatkan maupun lebih mengevaluasi serta cermat dalam menerapkan strategi promosi tersebut. Seperti dalam menerapkan potongan harga dan gratis ongkir jika menggunakan pembayaran shopee *paylater* saat *paydaysale* Shopee yang diadakan setiap bulannya agar menarik dan meningkatkan pengguna dengan pelayanan yang cepat sehingga dapat memberikan pengalaman positif pengguna saat melakukan perbelanjaan melalui Shopee dengan sistem pembayaran *paylater*.

#### **5.1.1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Cakupan wilayah dan variabel yang digunakan sebagai penentu terhadap minat penggunaan. Maka dari itu, peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat melanjutkan atau meneliti lebih luas terkait penelitian ini dan peneliti berharap riset ini bisa dijadikan acuan atau literatur oleh peneliti selanjutnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel masyarakat di Surakarta pengguna aktif pada *marketplace* Shopee, dengan 100 responden. Peneliti berikutnya dapat lebih banyak menggunakan responden dan wilayah yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrilia, N. D., & Sudarwanto, T. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi DANA Di Surabaya*. 8(3), 1006–1012.
- Afdillaha, F. Y., & Mahmud. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Risiko Yang Dirasakan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Apalikasi Brimo. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 1–9.
- Aisah, S., Asiyah, S., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA). *E-Jurnal Riset Manajemen, 2020*, 52–60. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Andrea, K., & Hasibuan, P. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2, 401–423.
- Aulia, N., & Suryanawa, I. K. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 1749–1766.
- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya. *Sains Manajemen*, 7(2), 97–108. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.3580>
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater*. 1.
- Chandra, E. (2018). *Fintech: Pengertian, Klasifikasi, dan Manfaatnya*. Financialku.Com. [https://www.finansialku.com/definisi-fintech-adalah/#Pengertian\\_Fintech](https://www.finansialku.com/definisi-fintech-adalah/#Pengertian_Fintech)
- Darmawan, H. (2022). Pengaruh Persepsi Resiko dan Persepsi Kegunaan terhadap Niat Menggunakan Fintech. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 2, p. 178). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17845>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. In *MIS Quarterly* (Vol. 13, Issue 3).



- 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 (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(01), 115–124.
- Falah, M. N. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePay Di Kota Malang Saat Pandemi COVID\_19*. 1–18.
- Fany Fadhila, A., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh religiusitas, pengetahuan produk dan faktor sosial terhadap penggunaan shopeepaylater. *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)*, 1(2), 20–30.
- Finannafi'ah, K., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Manfaat dan Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 172–182.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.
- Hendriyawan, N. N., & Mayangsari, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Pada Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 611–676. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14635>
- Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2621. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p13>
- Kristianti, I., & Tulenan, M. V. (2021). *Dampak financial technology terhadap kinerja keuangan perbankan*. 18(1), 57–65.
- Mahdi, M. I. (2022). *8 Paylater dengan Pengguna Terbanyak, Siapa Memimpin?* <https://DataIndonesia.Id/Ekonomi-Digital/Detail/8-Paylater-Dengan-Pengguna-Terbanyak-Siapa-Memimpin>. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/8-paylater-dengan-pengguna-terbanyak-siapa-memimpin>.
- Mahendra, I. (2016). *Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi pada PT . Ari jakarta*. 5(2), 183–195.
- Marchelina, D., & Pratiwi, R. (2018). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan e-money (studi kasus pada pengguna e-money kota Palembang). *Jurnal Akuntansi*, 1–17.

- Marey, D. R. E., & Purwanto, E. (2020). Model Konseptual Minat Menggunakan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). In *Technology Adoption A Conceptual Framework* (p. 179). Yayasan Pendidikan Philadelphia.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik ( QRIS ) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 1–9.
- Nurdin, N., Winda Nur Azizah, & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(December). <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Nurdin, Ningrum, R., Sofyan, B., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1).
- Pibriana, D. (2020). *Technology Acceptance Model ( TAM ) Untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. December*. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v7i3.382>
- Purboyo, Zulfikar, R., & Wicaksono, T. (2019). Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Resiko dan Persepsi Return Terhadap Minat Investasi Saham Syariah (Studi pada Mahasiswa Uniska MAB Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(2), 136–150.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2019), 818–828.
- Putu Lusiana Devi\*, I. M. S. dan A. . S. P. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking di Universitas Warmadewa. *Warmadewa Economic Development Journal*, 5(1), 14–18.
- Rahayu, S., Sari, P., & Yatun, R. F. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gopaylater Pada Aplikasi Gojek*. 114–122.
- Rahmah, F. K., Hartiyah, S., & Trihudiyatmanto, M. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking*. June.

- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Romandhon, R., Cahyaningrum, I., & ... (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pada Minat Pengguna Dompot Elektronik OVO Dalam Transaksi Keuangan. *MAGNA: Journal Economic, Management and Business*, 2, 45–59. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/magna/article/view/4062%0Ahttps://ojs.unsiq.ac.id/index.php/magna/article/download/4062/2090>
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen* ..., 1–15. <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>
- Sari, A. R., & Budi, Y. A. B. (2023). Faktor faktor yang mempengaruhi minat milenial dalam menggunakan mobile banking. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1437–1446.
- Setiyono, W. P., Sriyono, & Prapanca, D. (2021). Financial technology. In *Umsida Press*.
- Siregar, K. A., Anggraini, T., & Atika. (2023). Pengaruh Shopee Paylater, Endorsment, Dan Sikap Tabzir Terhadap Impulse Buying Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(1), 88–100.
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono. (2013b). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Sulkarnain, R., Dirwan, & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang SAM Ratulangi. *Jurnal Manajemen*, 3, 608–621.
- Sunarya, I. M. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model (tam). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1414–1422. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2461>
- Suseno, P. (2014). Konsep Dasar Manajemen Risiko. In *Manajemen Risiko dan Asuransi Syariah*.

- Tyas. (2022). *3 kelebihan dan kekurangan paylater yang wajib anda tahu*. Kompas.Id. <https://adv.kompas.id/Baca/3-Kelebihan-Dan-Kekurangan-Paylater-Yang-Wajib-Anda-Tahu/>
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 79–93.
- Vitasari, V. D., Lestari, R. B., Manajemen, P. S., Multi, U., & Palembang, D. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT*. *Vcc*, 495–500.
- Wardani, G. O. P., & Sari, R. C. (2017). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Sistem Pembayaran*. 3.
- Wibasuri, A., Rahayu, M., Adi, N. W. C., & Yuda, I. M. Y. S. (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>
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. *Diponegoro Journal Of Manajement*, 6, 1–7.

# LAMPIRAN



5	Revisi Proposal																
6	Pengumpulan Data				X	X	X										
7	Analisis Data				X	X											
8	Penulisan Akhir Skripsi				X	X	X	X	X								
9	Pendaftaran Munaqosah																
10	Munaqosah									X							
11	Revisi Proposal										X	X	X	X			

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

**KUESIONER PENELITIAN**

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Larasati Nurhasanah, saya adalah mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Yang saat ini sedang melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Pada Masyarakat Surakarta)”. Oleh sebab itu saya mohon kepada saudara/saudari untuk bersedia meluangkan waktu dan mengisi kuesioner ini dengan jujur, tepat, dan teliti, saya dapat menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban saudara/saudari. Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Hormat Saya

Larasati Nurhasanah  
NIM.19.52.31.094



### 1. Petunjuk Pengisian

Pada pertanyaan-pertanyaan dibawah ini, anda hanya diperkenankan memilih satu dari beberapa jawaban. Beri tanda (  $\surd$  ) pada jawaban yang anda pilih.:

STS : Sangat Tidak setuju                      S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju                                      SS : Sangat setuju  
 CS : Cukup Setuju

### 2. Identitas Responden

Nama Lengkap :

Jenis kelamin :  Laki – laki                                       Perempuan

Umur :  20 – 25 tahun                                       30 – 35 tahun  
 25 – 30 tahun                                       35 – 40 tahun

Memiliki akun Shopee?  Ya  
 Tidak

Alamat/Domisili :  Laweyan                                       Pasar Kliwon  
 Serengan                                       Jebres  
 Banjarsari

### 3. Pertanyaan

Minat ( Y )						
No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan shopee <i>paylater</i>					
2.	Saya ingin merekomendasikan shopee <i>paylater</i> untuk digunakan oleh orang lain					
3.	Ketika menggunakan <i>marketplace</i> shopee, saya berniat menggunakan shopee <i>paylater</i>					

<b>Kemudahan (X1)</b>						
No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya merasa shopee <i>paylater</i> tidak sulit untuk dipelajari					
2.	Saya merasa sistem shopee <i>paylater</i> mudah untuk digunakan					
3.	Saya merasa mudah untuk mengoperasikan sistem shopee <i>paylater</i> sesuai dengan apa yang ingin saya kerjakan					
4.	Saya merasa tidak membutuhkan usaha yang besar untuk memahami shopee <i>paylater</i>					
5.	Saya merasa terampil dalam menggunakan sistem shopee <i>paylater</i>					

<b>Manfaat (X2)</b>						
No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Dengan menggunakan shopee <i>paylater</i> , saya dapat melakukan transaksi dengan praktis					
2.	Saya merasa shopee <i>paylater</i> dapat meningkatkan produktivitas dalam pembayaran					
3.	Saya merasa dengan menggunakan shopee <i>paylater</i> dapat melakukan transaksi dengan cepat					
4.	Saya merasa dengan menggunakan shopee <i>paylater</i> dapat meningkatkan kinerja					

<b>Risiko (X3)</b>						
No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Penggunaan shopee <i>paylater</i> akan mendatangkan kerugian secara finansial bagi saya					
2.	Saya merasa data pribadi pengguna shopee <i>paylater</i> akan menjadi tidak aman					
3.	Saya merasa risiko yang diberikan terhadap penggunaan layanan shopee <i>paylater</i> sangat besar					

<b>Kepercayaan (X4)</b>						
No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya percaya bahwa transaksi yang dilakukan melalui shopee <i>paylater</i> aman dan pribadi					
2.	Saya percaya perlindungan privasi shopee <i>paylater</i> kepada pengguna					
3.	Shopee <i>paylater</i> memiliki kontrol keamanan yang ketat, saya percaya bahwa informasi mengenai transaksi saya tidak akan diketahui orang lain					

## Lampiran 3 Data Karakteristik Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Akun Shopee	Alamat
1	Rohmatul	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
2	Sherli A	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
3	Fiqih L	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
4	Hilfi M	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
5	Inayati	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
6	Mardhatillah	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
7	Endang W	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
8	Ratna	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
9	Indah	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
10	Putri	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
11	Aris P	Laki - Laki	30 - 35	Ya	Laweyan
12	Mukti	Laki - Laki	30 - 35	Ya	Laweyan
13	Adi E	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Laweyan
14	Aulia	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
15	Dina	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
16	Nurul	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
17	Paramita	Perempuan	25 - 30	Ya	Banjarsari
18	Windra	Laki - Laki	25 - 30	Ya	Banjarsari
19	Dhorif	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Banjarsari
20	Prameswari	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
21	Syanisca	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
22	Bintang	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
23	Azizah	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
24	Arif W	Laki - Laki	35 - 40	Ya	Banjarsari
25	Meilani	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
26	Anisa N	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
27	Natasya	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
28	Rochmani	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
29	Salsa	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
30	Eka S	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Banjarsari
31	Ajeng	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
32	Amalia	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
33	Ulfi	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
34	Siti	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
35	Septiana	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
36	M Ramdhan	Laki - Laki	25 - 30	Ya	Pasar Kliwon

37	Fiki	Laki - Laki	25 - 30	Ya	Serengan
38	Fausan	Laki - Laki	25 - 30	Ya	Serengan
39	M Ibnu	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
40	Ahmad A	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
41	Tanaka	Laki - Laki	30 - 35	Ya	Jebres
42	Yana	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Jebres
43	Ridwan	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Banjarsari
44	Taufik U	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
45	Farid	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Serengan
46	Alfian D	Laki - Laki	35 - 40	Ya	Serengan
47	Satrio W	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Laweyan
48	Fadlilah	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
49	Flandy R	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Laweyan
50	Esa	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
51	Asnan A	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
52	Luthfi H	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
53	M Rajib	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Laweyan
54	Hani Fauzia	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
55	Laili	Perempuan	31 - 35	Ya	Banjarsari
56	Amaliaa	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
57	Dwi utari	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
58	Budiyanto	Laki - Laki	26 - 30	Ya	Serengan
59	Sohibul	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Jebres
60	Andre	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Laweyan
61	Yulia R	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
62	Putri A	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
63	Febri F	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
64	Dzalika	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
65	Hafis A	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
66	Atik	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
67	Agittyas	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
68	Shafa	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
69	Zulya	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
70	Viky P	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
71	Amanda	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
72	Ratna N	Perempuan	26 - 30	Ya	Pasar Kliwon
73	Khoirun N	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
74	Gilang aji	Laki - Laki	26 - 30	Ya	Pasar Kliwon
75	Arinda S	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan

76	Anggi S	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
77	Rima A	Perempuan	26 - 30	Ya	Jebres
78	Zahra A	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
79	Miftah A	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
80	Diana	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
81	Cahaya A	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
82	Arrum R	Perempuan	20 - 25	Ya	Banjarsari
83	Bella A	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
84	Ismi E	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
85	Adheliya M	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
86	Teguh M	Laki - Laki	20 - 25	Ya	Serengan
87	Mely S	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
88	Astria	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
89	Ilham A	Laki - Laki	26 - 30	Ya	Laweyan
90	Rinaaa	Perempuan	20 - 25	Ya	Jebres
91	Noval B	Laki - Laki	26 - 30	Ya	Laweyan
92	Desyntha	Perempuan	20 - 25	Ya	Pasar Kliwon
93	Putri N	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
94	Rizkiitria	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
95	Nahrisy	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
96	Elsa S	Perempuan	20 - 25	Ya	Serengan
97	Anis L	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
98	Veronita	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan
99	Dwi Y	Perempuan	26 - 30	Ya	Jebres
100	Afifah	Perempuan	20 - 25	Ya	Laweyan

## Lampiran 4 Rekap Data Kuesioner

## 5. Kemudahan (X1)

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

36.	4	4	3	2	3	16
37.	5	5	4	4	4	22
38.	5	5	4	4	4	22
39.	3	4	3	3	4	17
40.	4	5	4	4	5	22
41.	5	4	5	4	5	23
42.	4	4	4	4	3	19
43.	4	4	5	5	3	21
44.	4	4	4	4	3	19
45.	4	4	4	4	4	20
46.	4	5	4	4	4	21
47.	4	5	4	4	4	21
48.	4	3	4	4	4	19
49.	4	4	4	4	4	20
50.	3	2	3	4	4	16
51.	4	5	5	4	4	22
52.	4	4	4	5	4	21
53.	5	5	4	5	5	24
54.	4	4	5	3	4	20
55.	4	3	4	4	4	19
56.	4	4	4	4	4	20
57.	5	4	4	4	5	22
58.	4	3	4	4	5	20
59.	3	2	3	4	4	16
60.	4	4	4	5	4	21
61.	4	2	3	4	4	17
62.	4	3	5	3	4	19
63.	5	5	5	5	5	25
64.	4	5	5	4	5	23
65.	4	4	4	4	4	20
66.	4	4	4	4	4	20
67.	4	4	4	3	4	19
68.	4	3	4	3	4	18
69.	4	3	4	4	4	19
70.	5	4	4	4	5	22
71.	4	4	2	2	4	16
72.	4	4	4	5	5	22
73.	4	4	3	3	4	18
74.	4	5	3	3	4	19



75.	3	4	4	4	5	20
76.	4	5	4	4	5	22
77.	5	5	5	4	4	23
78.	5	4	5	4	4	22
79.	4	4	4	4	4	20
80.	4	4	5	5	5	23
81.	4	3	5	4	5	21
82.	3	3	4	4	3	17
83.	4	3	4	4	4	19
84.	3	3	3	3	3	15
85.	4	4	4	4	4	20
86.	4	5	5	4	5	23
87.	4	5	4	5	5	23
88.	5	5	5	5	5	25
89.	4	4	5	4	5	22
90.	3	2	3	3	3	14
91.	4	4	4	4	5	21
92.	4	4	4	4	3	19
93.	4	4	5	5	5	23
94.	3	2	4	3	4	16
95.	4	3	4	4	3	18
96.	5	4	4	4	5	22
97.	5	5	5	4	5	24
98.	5	4	4	4	5	22
99.	2	2	4	4	4	16
100.	4	4	4	3	4	19

## Manfaat (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	$\Sigma.X2$
1.	4	5	4	3	16
2.	4	4	4	3	15
3.	3	3	2	3	11
4.	5	5	5	5	20
5.	5	4	5	4	18
6.	3	4	4	3	14
7.	4	4	4	2	14
8.	3	3	3	3	12
9.	4	4	4	4	16

10.	2	3	2	2	9
11.	5	4	4	4	17
12.	4	4	4	4	16
13.	2	3	2	3	10
14.	4	4	4	4	16
15.	3	3	3	3	12
16.	2	3	2	2	9
17.	4	4	5	3	16
18.	4	4	2	2	12
19.	2	2	3	2	9
20.	3	3	3	3	12
21.	1	1	2	1	5
22.	1	1	2	1	5
23.	1	1	2	1	5
24.	5	5	5	4	19
25.	3	3	3	2	11
26.	4	3	4	4	15
27.	5	4	5	4	18
28.	3	3	4	3	13
29.	4	3	3	2	12
30.	1	1	1	1	4
31.	4	4	4	3	15
32.	1	1	1	1	4
33.	4	4	4	4	16
34.	5	4	4	4	17
35.	4	4	5	4	17
36.	3	4	4	3	14
37.	4	5	5	3	17
38.	4	4	5	4	17
39.	3	3	4	3	13
40.	5	4	5	4	18
41.	4	5	4	5	18
42.	4	3	4	3	14
43.	5	4	4	4	17
44.	3	2	4	3	12
45.	4	4	4	4	16
46.	5	5	5	4	19
47.	4	4	3	3	14
48.	4	4	2	3	13

49.	4	2	2	2	10
50.	3	5	5	5	18
51.	5	1	1	1	8
52.	5	3	4	3	15
53.	5	5	5	4	19
54.	3	4	4	5	16
55.	5	3	3	4	15
56.	4	3	2	4	13
57.	4	4	4	4	16
58.	4	3	3	3	13
59.	4	5	5	5	19
60.	4	4	4	4	16
61.	3	3	2	3	11
62.	4	5	4	5	18
63.	5	1	1	1	8
64.	5	4	5	5	19
65.	4	4	4	4	16
66.	4	4	4	4	16
67.	3	4	4	4	15
68.	4	4	1	3	12
69.	4	5	5	5	19
70.	5	4	4	5	18
71.	2	4	2	4	12
72.	5	5	4	4	18
73.	4	5	5	4	18
74.	5	5	4	5	19
75.	5	4	4	4	17
76.	5	5	4	3	17
77.	4	5	5	5	19
78.	4	5	5	5	19
79.	4	4	5	4	17
80.	4	3	5	5	17
81.	3	2	2	3	10
82.	4	4	3	3	14
83.	3	5	3	5	16
84.	3	4	4	4	15
85.	4	5	5	5	19
86.	5	4	4	5	18
87.	3	5	2	5	15

88.	5	1	1	1	8
89.	4	2	3	2	11
90.	2	3	2	4	11
91.	4	2	3	2	11
92.	4	2	2	3	11
93.	5	5	5	5	20
94.	2	5	5	5	17
95.	4	3	3	3	13
96.	4	4	4	3	15
97.	4	4	2	2	12
98.	4	2	2	4	12
99.	4	2	2	2	10
100.	3	5	4	5	17

Risiko (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	Σ.X3
1.	2	3	3	8
2.	2	3	4	9
3.	2	3	1	6
4.	2	2	1	5
5.	2	2	3	7
6.	2	2	3	7
7.	4	4	4	12
8.	3	3	3	9
9.	4	4	4	12
10.	2	2	2	6
11.	3	4	5	12
12.	2	2	2	6
13.	3	3	3	9
14.	5	5	5	15
15.	4	3	3	10
16.	1	1	3	5
17.	4	5	5	14
18.	4	4	4	12
19.	4	2	2	8
20.	3	4	4	11
21.	5	5	5	15
22.	5	5	5	15

23.	5	5	5	15
24.	2	2	2	6
25.	4	2	3	9
26.	2	2	2	6
27.	3	2	2	7
28.	2	3	3	8
29.	4	4	4	12
30.	1	2	3	6
31.	2	2	2	6
32.	2	3	4	9
33.	3	4	5	12
34.	2	4	2	8
35.	2	2	2	6
36.	2	2	2	6
37.	4	3	4	11
38.	3	2	2	7
39.	2	3	2	7
40.	4	5	4	13
41.	4	5	4	13
42.	2	2	3	7
43.	2	2	2	6
44.	2	2	2	6
45.	3	3	3	9
46.	4	3	3	10
47.	4	4	5	13
48.	4	4	4	12
49.	4	4	4	12
50.	2	3	3	8
51.	5	4	4	13
52.	4	5	4	13
53.	5	4	4	13
54.	3	3	3	9
55.	3	3	4	10
56.	4	4	4	12
57.	4	4	5	13
58.	4	4	3	11
59.	3	3	4	10
60.	3	4	3	10
61.	3	3	3	9

62.	4	4	4	12
63.	5	5	5	15
64.	5	5	4	14
65.	4	4	4	12
66.	4	4	4	12
67.	4	4	4	12
68.	4	4	4	12
69.	4	4	4	12
70.	5	5	4	14
71.	4	4	4	12
72.	5	5	5	15
73.	4	4	4	12
74.	4	5	5	14
75.	5	5	5	15
76.	5	4	4	13
77.	4	4	5	13
78.	4	4	4	12
79.	5	4	5	14
80.	5	5	4	14
81.	4	4	4	12
82.	5	5	5	15
83.	4	3	3	10
84.	3	3	3	9
85.	5	5	5	15
86.	5	4	4	13
87.	4	4	4	12
88.	5	5	5	15
89.	4	4	4	12
90.	4	5	4	13
91.	3	4	4	11
92.	5	5	4	14
93.	5	5	5	15
94.	1	1	1	3
95.	4	3	4	11
96.	4	4	5	13
97.	4	4	4	12
98.	5	5	5	15
99.	4	4	4	12
100.	3	3	3	9

## Kepercayaan (X4)

No	X4.1	X4.2	X4.3	$\Sigma.X4$
1.	4	4	4	12
2.	3	3	3	9
3.	1	2	3	6
4.	5	4	5	14
5.	4	4	4	12
6.	4	4	4	12
7.	4	4	4	12
8.	3	3	3	9
9.	4	4	4	12
10.	4	4	4	12
11.	5	4	3	12
12.	4	4	4	12
13.	3	3	3	9
14.	2	2	2	6
15.	3	3	3	9
16.	4	4	4	12
17.	2	2	1	5
18.	4	4	4	12
19.	3	3	3	9
20.	2	2	2	6
21.	1	1	1	3
22.	1	1	1	3
23.	1	1	1	3
24.	4	4	4	12
25.	3	3	3	9
26.	3	3	3	9
27.	4	4	4	12
28.	2	3	3	8
29.	3	3	3	9
30.	3	3	1	7
31.	4	4	3	11
32.	2	3	3	8
33.	3	3	3	9
34.	4	4	4	12
35.	4	4	4	12
36.	4	5	5	14
37.	4	5	4	13

38.	4	4	4	12
39.	3	4	4	11
40.	4	5	4	13
41.	5	4	5	14
42.	4	4	4	12
43.	4	4	4	12
44.	4	4	3	11
45.	3	3	4	10
46.	4	4	4	12
47.	4	4	5	13
48.	3	4	2	9
49.	4	4	4	12
50.	1	1	1	3
51.	5	5	4	14
52.	5	5	4	14
53.	5	5	5	15
54.	4	4	4	12
55.	4	5	5	14
56.	3	3	3	9
57.	4	4	5	13
58.	4	4	5	13
59.	2	2	2	6
60.	4	3	4	11
61.	3	3	3	9
62.	4	3	4	11
63.	5	5	5	15
64.	5	5	4	14
65.	4	4	4	12
66.	4	4	4	12
67.	2	1	2	5
68.	4	2	3	9
69.	4	4	2	10
70.	4	4	5	13
71.	2	2	2	6
72.	3	3	4	10
73.	5	5	5	15
74.	4	4	4	12
75.	4	4	3	11
76.	5	5	4	14



77.	3	3	5	11
78.	4	5	5	14
79.	5	4	4	13
80.	5	5	3	13
81.	5	3	5	13
82.	5	5	5	15
83.	2	2	3	7
84.	1	1	1	3
85.	4	4	4	12
86.	5	5	4	14
87.	3	2	4	9
88.	5	5	5	15
89.	4	3	4	11
90.	5	4	4	13
91.	4	3	3	10
92.	4	5	4	13
93.	1	1	1	3
94.	1	1	1	3
95.	2	2	3	7
96.	4	5	5	14
97.	4	4	4	12
98.	5	4	5	14
99.	4	2	4	10
100.	3	3	2	8

## Minat (Y)

No	Y1	Y2	Y3	$\Sigma.Y$
1.	4	4	4	12
2.	4	4	3	11
3.	4	4	4	12
4.	4	4	4	12
5.	4	4	4	12
6.	2	3	3	8
7.	2	2	2	6
8.	2	3	2	7
9.	4	4	4	12
10.	2	3	2	7
11.	4	4	4	12

12.	1	1	1	3
13.	4	4	4	12
14.	1	1	1	3
15.	2	2	2	6
16.	4	4	4	12
17.	4	4	3	11
18.	4	2	3	9
19.	3	3	3	9
20.	2	2	2	6
21.	1	1	1	3
22.	1	1	1	3
23.	1	1	1	3
24.	4	4	4	12
25.	2	3	2	7
26.	4	4	4	12
27.	4	4	4	12
28.	3	2	2	7
29.	4	2	3	9
30.	3	3	4	10
31.	4	3	4	11
32.	1	2	1	4
33.	3	2	3	8
34.	5	4	4	13
35.	2	4	2	8
36.	3	3	4	10
37.	3	4	3	10
38.	4	3	4	11
39.	3	4	3	10
40.	1	1	5	7
41.	5	4	5	14
42.	4	3	3	10
43.	4	4	4	12
44.	4	3	3	10
45.	4	4	3	11
46.	5	4	4	13
47.	4	4	3	11
48.	4	4	4	12
49.	2	4	4	10
50.	3	2	3	8

51.	5	5	4	14
52.	5	5	5	15
53.	4	4	5	13
54.	4	4	4	12
55.	4	4	3	11
56.	4	4	4	12
57.	4	5	4	13
58.	5	3	4	12
59.	2	3	4	9
60.	5	4	5	14
61.	3	3	3	9
62.	4	5	3	12
63.	5	5	5	15
64.	4	5	5	14
65.	4	4	4	12
66.	4	4	4	12
67.	4	4	4	12
68.	5	4	4	13
69.	4	4	4	12
70.	4	4	4	12
71.	4	4	4	12
72.	4	4	4	12
73.	5	5	4	14
74.	4	4	4	12
75.	5	5	4	14
76.	4	5	4	13
77.	4	4	4	12
78.	5	4	5	14
79.	4	4	4	12
80.	3	3	4	10
81.	5	5	5	15
82.	4	4	4	12
83.	3	4	3	10
84.	4	3	3	10
85.	4	4	4	12
86.	3	5	4	12
87.	4	4	5	13
88.	5	5	5	15
89.	4	4	5	13

90.	3	3	3	9
91.	3	3	4	10
92.	5	5	5	15
93.	5	5	5	15
94.	3	3	3	9
95.	3	3	4	10
96.	4	4	4	12
97.	5	5	5	15
98.	5	5	5	15
99.	4	4	4	12
100.	4	5	4	13

Lampiran 5 Dokumentasi



## Lampiran 6 Hasil Output SPSS

## 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEMUDAHAN (X1)	100	9	25	18.60	3.782
MANFAAT (X2)	100	4	20	14.30	3.815
RISIKO (X3)	100	3	15	10.76	3.046
KEPERCAYAAN (X4)	100	3	15	10.56	3.208
MINAT (Y)	100	3	15	10.83	2.941
Valid N (listwise)	100				

## 2. Uji Validitas

## a. Uji Validitas Kemudahan (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	KEMUDAHAN (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.737**	.670**	.510**	.630**	.862**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.737**	1	.556**	.440**	.511**	.788**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.670**	.556**	1	.516**	.743**	.867**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.510**	.440**	.516**	1	.515**	.713**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.630**	.511**	.743**	.515**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000

	N	100	100	100	100	100	100
KEMUDAHAN (X1)	Pearson Correlation	.862**	.788**	.867**	.713**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Uji Validitas Manfaat (X2)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	MANFAAT (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.411**	.433**	.377**	.656**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.411**	1	.717**	.782**	.890**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.433**	.717**	1	.688**	.871**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.377**	.782**	.688**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100
MANFAAT (X2)	Pearson Correlation	.656**	.890**	.871**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100

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

## c. Uji Validitas Risiko (X3)

Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	RISIKO (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.825**	.749**	.926**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.825**	1	.816**	.947**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.749**	.816**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100
RISIKO (X3)	Pearson Correlation	.926**	.947**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100

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

## d. Uji Validitas Kepercayaan (X4)

Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	KEPERCAYAAN (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.863**	.789**	.948**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.863**	1	.760**	.938**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.789**	.760**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100
KEPERCAYAAN (X4)	Pearson Correlation	.948**	.938**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100

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



## e. Uji Validitas Minat (Y)

Correlations					
		Y1	Y2	Y3	MINAT (Y)
Y1	Pearson Correlation	1	.778**	.766**	.930**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.778**	1	.718**	.910**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.766**	.718**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100
MINAT (Y)	Pearson Correlation	.930**	.910**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100

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

## 3. Uji Reliabilitas

## a. Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,874	5

## b. Uji Reliabilitas Manfaat (X2)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,844	4

## c. Uji Reliabilitas Risiko (X3)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,921	3

## d. Uji Reliabilitas Kepercayaan (X4)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,925	3

## e. Uji Reliabilitas Minat (Y)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,902	3

## 4. Uji Asumsi Klasik

## a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,07085247
Most Extreme Differences	Absolute	0,072
	Positive	0,045
	Negative	-0,072
Test Statistic		0,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## b. Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,568	1,252		0,454	0,651		
	KEMUDAHAN (X1)	0,484	0,080	0,622	6,050	0,000	0,493	2,027
	MANFAAT (X2)	-0,008	0,066	-0,010	-0,118	0,907	0,711	1,406
	RISIKO (X3)	-0,011	0,075	-0,012	-0,153	0,878	0,876	1,141
	KEPERCAYAAN (X4)	0,142	0,079	0,154	1,788	0,077	0,699	1,430

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

## c. Uji Heteroskedastisitas

Correlations							
			KEMUDAHAN (X1)	MANFAAT (X2)	RISIKO (X3)	KEPERCAYAAN (X4)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	KEMUDAHAN (X1)	Correlation Coefficient	1,000	.433 <sup>**</sup>	.342 <sup>**</sup>	.567 <sup>**</sup>	-0,003
		Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,979
		N	100	100	100	100	100
	MANFAAT (X2)	Correlation Coefficient	.433 <sup>**</sup>	1,000	0,049	.221 <sup>*</sup>	0,000
		Sig. (2-tailed)	0,000		0,632	0,027	0,996
		N	100	100	100	100	100
	RISIKO (X3)	Correlation Coefficient	.342 <sup>**</sup>	0,049	1,000	.221 <sup>*</sup>	0,064
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,632		0,027	0,529
		N	100	100	100	100	100
	KEPERCAYAAN (X4)	Correlation Coefficient	.567 <sup>**</sup>	.221 <sup>*</sup>	.221 <sup>*</sup>	1,000	0,007
		Sig. (2-tailed)	0,000	0,027	0,027		0,947
		N	100	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-0,003	0,000	0,064	0,007	1,000
		Sig. (2-tailed)	0,979	0,996	0,529	0,947	
		N	100	100	100	100	100

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

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

## 5. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 <sup>a</sup>	0,504	0,483	2,114

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN (X4), RISIKO (X3), MANFAAT (X2), KEMUDAHAN (X1)

b. Dependent Variable: MINAT (Y)

## 6. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431,555	4	107,889	24,142	.000 <sup>b</sup>
	Residual	424,555	95	4,469		
	Total	856,110	99			

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN (X4), RISIKO (X3), MANFAAT (X2), KEMUDAHAN (X1)

## 7. Uji T

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,568	1,252		0,454	0,651
	KEMUDAHAN (X1)	0,484	0,080	0,622	6,050	0,000
	MANFAAT (X2)	-0,008	0,066	-0,010	-0,118	0,907
	RISIKO (X3)	-0,011	0,075	-0,012	-0,153	0,878
	KEPERCAYAAN (X4)	0,142	0,079	0,154	1,788	0,077

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

## Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****1. Identitas Diri**

Nama : Larasati Nurhasanah  
 Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 22 Februari 2001  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 No. HP : 082226970282  
 Email : larasatin83@gmail.com  
 Alamat : Jetis RT 05 RW 03 Kemiri, Tulung, Klaten

**2. Riwayat Pendidikan Formal**

1	TK Aisyah BA	2005 - 2007
2	SD N 1 Kemiri	2007 - 2013
3	MTS N Jatinom	2013 - 2016
4	SMK Muhammadiyah Jatinom	2016 - 2019
5	UIN Raden Mas Said Surakarta	2019 - 2023

**3. Riwayat Organisasi**

1	Pramuka	2013
2	PMR	2013
3	Hisbul Wathan	2016
4	DEMA FEBI	2022
5	Relawan FEBI	2022

