

DILEMA PENGGUNA PAYLATER : ANALISIS PERSEPSI KEMUDAHAN, RISIKO, DAN MANFAAT DENGAN KEBUTUHAN INDIVIDU SEBAGAI MODERASI

Hayu Kartikasari^{1*}, Irsal Fauzi²

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Ngudi Waluyo^{1,2}

*hayukartika20@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of perceived ease of use, perceived risk, and perceived benefits on decisions to use the PayLater feature, as well as the role of the level of individual needs as a moderator by applying the Technology Acceptance Model (TAM) theory as the basis of research. The sampling technique used was purposive sampling with predetermined respondent criteria. This research uses descriptive quantitative research methods, the data is collected using a questionnaire distributed to respondents via Google Form. The sample used in this study was 100 respondents from the Digital Business SI study program at Ngudi Waluyo University. The analysis method used is Partial Least Square (PLS) with the help of the SmartPLS version 3.00 program and analyzed using the outer model and inner model. The results showed that perceived ease of use, perceived risk, and perceived benefits have a significant influence on the decision to use the PayLater feature. The level of individual needs also has a significant effect on the decision to use the PayLater feature. However, the level of individual needs does not strengthen the direction of the relationship between perceived convenience, perceived risk, and perceived benefits on the decision to use the PayLater feature.

Keywords : *Perceptions, Ease of use, Risk, Benefits, and Level of Individual Needs*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur PayLater, serta peran tingkat kebutuhan individu sebagai moderator 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 deskriptif, data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden melalui Google Form. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden mahasiswa program studi SI Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo. Metode analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) dengan bantuan program SmartPLS versi 3.00 dan dianalisis menggunakan outer model dan inner model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur PayLater. Tingkat kebutuhan individu juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur PayLater. Namun, tingkat kebutuhan individu tidak memperkuat arah hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur PayLater.

Kata Kunci : *Persepsi, Kemudahan Penggunaan, Risiko, Manfaat, dan Tingkat Kebutuhan individu.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial atau *fintech* telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. *Fintech* dapat membantu masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran, mempercepat proses transaksi, mempermudah akses terhadap dana, serta menyederhanakan pengelolaan aset (Bangsa & Khumaeroh, 2023). Salah satu inovasi terbaru dalam sektor ini adalah adanya fitur *PayLater*.

PayLater merupakan sebuah konsep yang menyerupai kartu kredit dimana pengguna dapat melakukan transaksi pada *platform e-commerce* yang pembayarannya dapat dilakukan dengan cicilan atau pembayaran lunas pada tanggal jatuh temponya, yang membedakan keduanya adalah wujud serta ketentuannya (Eviana & Saputra, 2022).

Faktor yang melatarbelakangi penggunaan fitur *PayLater* adalah hadirnya fitur pembayaran baru yaitu bayar nanti pada *e-commerce*, yang dapat menimbulkan gaya hidup baru dalam berbelanja *online*. Mahasiswa biasanya sering menghadapi masalah keuangan yang kompleks. Kebutuhan urgensi meliputi peran orang tua mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan mendesak anaknya, cara bertahan hidup mahasiswa, dan cara mengatur keuangan mahasiswa. Dalam konteks ini, *PayLater* adalah pilihan yang tepat (Nailah Amelia et al., 2023)

Fenomena yang terjadi ini sangat relevan di kalangan mahasiswa yang sering kali menghadapi tantangan dalam mengatur keuangan. Mahasiswa memiliki akses terbatas terhadap kartu kredit dan tidak selalu memiliki penghasilan yang stabil, dengan layanan *PayLater* memungkinkan mahasiswa melakukan pembelian dan menunda pembayaran di kemudian hari, dalam hal ini dapat mengubah lanskap keuangan (Nailah Amelia et al., 2023).

Hasil survei yang dilakukan oleh lembaga survei Jakpat mengenai penggunaan layanan *fintech* pada akhir tahun 2024 menunjukkan bahwa layanan *fintech* semakin menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Survei ini melibatkan 2.133 responden, di mana 36% di antaranya berasal dari generasi Z. Meningkatnya penggunaan *PayLater* yaitu sebanyak 31% mencerminkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengelola keuangannya di era digital saat ini (Santika, 2025)

Mahasiswa merupakan salah satu kalangan yang termasuk dalam generasi Z yang sudah memiliki akses untuk menjadi pengguna *PayLater* di mana mahasiswa telah memasuki masa dewasa yang sudah memiliki tanggung jawab terhadap masa perkembangannya, termasuk memiliki tanggung jawab terhadap kehidupannya untuk memasuki masa dewasa (Hulukati & Djibran, 2018).

Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Sitepu & Fadila (2024) menunjukkan Generasi Z memilih menggunakan fitur *PayLater* untuk membeli produk yang bersifat produktif dan produk non-produktif. Mayoritas generasi Z sebanyak 61% memanfaatkan layanan kredit atau *PayLater* untuk memenuhi kebutuhan *fashion*. Studi oleh Isnawati et al. (2022) menunjukkan bahwa responden secara umum setuju bahwa pakaian / *fashion* memiliki preferensi belanja tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa generasi muda lebih cenderung menggunakan pilihan pembayaran yang fleksibel untuk membeli barang-barang *fashion*.

Perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus pada mahasiswa Program Studi Bisnis Digital di Universitas Ngudi Waluyo Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora. Selain itu, salah satu perbedaan utama adalah penambahan tingkat kebutuhan individu sebagai variabel moderasi, sementara penelitian sebelumnya lebih fokus pada persepsi manfaat dan risiko tanpa mempertimbangkan faktor kebutuhan individu. Penelitian ini memberikan perhatian lebih pada pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, yang belum banyak dibahas secara mendalam dalam studi sebelumnya, sehingga memberikan wawasan baru tentang bagaimana risiko mempengaruhi keputusan mahasiswa.

Urgensi lain dalam penelitian ini adalah peningkatan kebutuhan akan fitur *PayLater* selama pandemi menuntut pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna, seperti persepsi risiko dan manfaat. Dalam penelitian (Zuniar & Soliha, 2024) menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, tetapi tidak dengan penelitian (Rofiah & Graciafernandy, 2023) yang menunjukkan hasil negatif. Dalam penelitian (Nurdina et al., 2024) menunjukkan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, berbanding terbalik dengan penelitian (Lestari & Kartika Erawati, 2024) yang menunjukkan hasil negatif. Begitu juga dengan penelitian (Ningsih et al., 2023) yang menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, tetapi tidak dengan penelitian (Badri et al., 2022) yang menunjukkan hasil negatif.

Penelitian ini menyoroti peran tingkat kebutuhan individu sebagai variabel moderasi yang belum banyak dieksplorasi dalam konteks penggunaan fitur *PayLater*, memberikan perspektif baru dalam penelitian sebelumnya. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” Dilema Pengguna *Paylater*: Analisis Persepsi Kemudahan, Risiko, Dan Manfaat Dengan Kebutuhan Individu Sebagai Moderasi”

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi fitur *PayLater* di kalangan pengguna terutama mahasiswa.

2. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Landasan Teori

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Teknologi Penerimaan (*Technology Acceptance Model* (TAM)) adalah teori yang dikembangkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warsha pada tahun 1989. TAM merupakan teori yang sangat berdampak bagi penerimaan individual terhadap kegunaan sistem informasi. Model ini memiliki dua dimensi utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi tanpa memerlukan usaha yang berlebihan, yang menunjukkan bahwa sistem yang mudah digunakan akan lebih menarik bagi pengguna (Davis, 1989). Di sisi lain, persepsi kegunaan mencerminkan keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan efisiensi dan kinerja dalam aktivitas sehari-hari. Jika pengguna merasa bahwa teknologi memberikan manfaat yang signifikan, mereka lebih cenderung untuk menggunakannya (Davis, 1989). Indikator-indikator dari TAM antara lain pada dimensi *Perceived Usefulness*, terdapat enam

indikator utama, yakni kemampuan teknologi untuk mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, efektivitas, mempermudah pekerjaan, dan memberikan manfaat. Sementara itu, pada dimensi *Perceived Ease of Use*, indikator yang digunakan mencakup kemudahan untuk dipelajari, kontrol yang dapat diatur, kejelasan dan kemudahan pemahaman, fleksibilitas, kemudahan untuk menjadi terampil, serta kemudahan penggunaan secara umum. Berbagai faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi, menjadikannya alat yang valid untuk mengevaluasi adopsi sistem informasi dalam berbagai konteks (Fatmawati, 2015).

Persepsi Risiko

Persepsi risiko adalah penilaian subjektif individu terhadap potensi kerugian yang mungkin terjadi akibat ketidakpastian saat membuat keputusan. Risiko ini mencakup berbagai dimensi yang dapat memengaruhi pengguna, terutama dalam konteks penggunaan fitur *PayLater* meliputi: risiko keuangan, risiko perilaku, risiko kredit, risiko keamanan, dan risiko hukum. Indikator untuk mengukur persepsi risiko menurut Jayantari, (2018) dalam (Nurhasanah, 2023) mencakup risiko keuangan, keamanan, dan produk, yang masing-masing berhubungan dengan pengeluaran, perlindungan data, serta kehandalan produk.

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat yaitu ketika seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka dan sebaliknya jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya (Linda Sely Diana. et al., 2024). Dimensi persepsi manfaat meliputi produktivitas, kinerja pekerjaan, pentingnya bagi tugas, dan kebermanfaatannya secara keseluruhan (Purba & Siregar, 2022). Indikator manfaat penggunaan teknologi informasi mencakup kemudahan dalam transaksi, peningkatan produktivitas, efektivitas dalam penelusuran, dan pengaruh positif terhadap kinerja pengguna (Nurhasanah, 2023).

Tingkat Kebutuhan Individu

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk bertahan hidup dan mencapai kesejahteraan. Mencakup barang, jasa, dan hal-hal tidak berwujud yang esensial bagi kehidupan. Kebutuhan dapat dibedakan dari keinginan, dimana kebutuhan bersifat mendasar dan wajib dipenuhi, sedangkan keinginan lebih bersifat opsional (Sendari, 2022). Dimensi kebutuhan ini meliputi kebutuhan ekonomi, kebutuhan praktis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, dan kebutuhan inovasi, (Silalahi et al., 2022). Indikator kebutuhan dalam adopsi *PayLater* meliputi literasi keuangan, manfaat layanan, pendapatan stabil, dan kemudahan akses, yang semuanya mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan layanan ini secara bertanggung jawab (Asja et al., 2021).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Alabror (2022), hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Shopee *PayLater* (Z). Pada penelitian Model I, nilai t-hitung untuk

variabel X_1 adalah 2,216, yang lebih besar dari nilai t-tabel (1,985) pada tingkat signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan Shopee *PayLater*. Selain itu penelitian Nurdina et al (2024) menyatakan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, khususnya dalam konteks pengambilan pinjaman melalui Shopee *Paylater*.

Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, semakin besar minat pengguna untuk memanfaatkan layanan tersebut. Temuan ini mendukung teori TAM yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berkontribusi pada penerimaan teknologi baru.

H_1 : Persepsi Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Shopee *PayLater*.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Safitri et al (2024) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fitur *PayLater*. Semakin tinggi risiko yang dirasakan oleh pengguna, semakin besar minat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu didukung penelitian yang dilakukan Mahbubi (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko, termasuk risiko finansial, privasi, kinerja, psikologis, dan waktu, mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan fitur *PayLater* seperti Shopee *PayLater*.

H_2 : Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *PayLater*.

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Ramadany & Artadita (2022) menunjukkan bahwa persepsi manfaat penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan hubungan positif antara persepsi manfaat dan keputusan penggunaan. Selain itu, didukung penelitian yang dilakukan Sanoesi & Setiawan, (2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *PayLater*. Responden setuju bahwa Shopee *Paylater* memberikan kemudahan dalam transaksi, mempercepat proses, dan meningkatkan efisiensi berbelanja. Dengan demikian, persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam mendorong pengguna untuk memanfaatkan layanan *PayLater*.

H_3 : Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *PayLater*.

Pengaruh Tingkat Kebutuhan Individu Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *Paylater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Setyaningrum et al (2023) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara tingkat kebutuhan individu dan keputusan penggunaan fitur *Paylater*. Hal ini didukung dengan data berikut :

- a. *Perceived Convenience*: Kebutuhan individu untuk kemudahan dalam transaksi dapat meningkatkan keputusan untuk menggunakan fitur *Paylater*, sesuai dengan

penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berhubungan dengan niat untuk menggunakan.

- b. *Perceived Benefits*: Individu yang merasakan manfaat dari fitur *Paylater*, seperti fleksibilitas pembayaran, cenderung lebih memilih untuk menggunakannya, mendukung hipotesis bahwa kebutuhan mempengaruhi keputusan penggunaan.
 - c. *Trust*: Tingkat kepercayaan individu terhadap fitur *Paylater* juga berperan penting, semakin tinggi kebutuhan akan keamanan dan kenyamanan, semakin besar kemungkinan individu untuk memutuskan menggunakan fitur tersebut.
- H₄ : Tingkat kebutuhan individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur *Paylater*.

Tingkat Kebutuhan Individu Memoderasi Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Setyaningrum et al (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki hubungan positif dengan sikap pengguna terhadap suatu teknologi, di mana pengguna yang merasa bahwa sebuah sistem mudah dipahami dan digunakan memiliki sikap positif terhadap penggunaannya.

Semakin tinggi kebutuhan individu untuk segera mendapatkan produk, semakin kuat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan individu untuk memanfaatkan fitur *PayLater*. Penelitian juga mengungkapkan bahwa individu yang melihat manfaat dari sistem *PayLater* dan percaya bahwa sistem ini berguna akan lebih cenderung menggunakannya, terutama jika mereka merasa bahwa prosesnya sederhana dan tidak rumit. Dengan demikian, tingkat kebutuhan individu bertindak sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara persepsi kemudahan dan keputusan penggunaan fitur *PayLater*, hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam proses penggunaan menjadi semakin penting bagi individu dengan kebutuhan mendesak.

H₅ : Tingkat Kebutuhan Individu Memoderasi Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*.

Tingkat Kebutuhan Individu Memoderasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Iriani & Andjarwati (2020) menunjukkan bahwa selama pandemi COVID-19, risiko psikologis, seperti ketakutan akan penularan virus, menjadi lebih menonjol. Individu yang memiliki kebutuhan keamanan yang kuat cenderung memprioritaskan faktor psikologis ini dibandingkan risiko keuangan saat mempertimbangkan pilihan untuk menggunakan *PayLater*.

Kebutuhan akan kenyamanan juga sangat signifikan dalam belanja *online*, jika individu merasa bahwa fitur *PayLater* meningkatkan pengalaman berbelanja dengan memberikan kemudahan dan fleksibilitas, individu mungkin lebih cenderung menerima risiko terkait. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan individu dapat memengaruhi keputusan untuk menggunakan fitur *PayLater* meskipun ada kekhawatiran tentang risiko.

Hubungan antara kebutuhan individu dan persepsi risiko menunjukkan bahwa keputusan individu didorong oleh penghindaran risiko dan kombinasi kebutuhan serta pandangannya terhadap risiko yang terlibat. Individu dengan kebutuhan tinggi akan kenyamanan dapat memilih menggunakan fitur *PayLater* meskipun merasakan beberapa tingkat risiko, karena menganggap manfaatnya lebih besar daripada kekhawatiran tersebut. Hal ini menunjukkan tingkat kebutuhan individu secara signifikan memoderasi pengaruh persepsi risiko pada keputusan untuk menggunakan fitur *PayLater*.

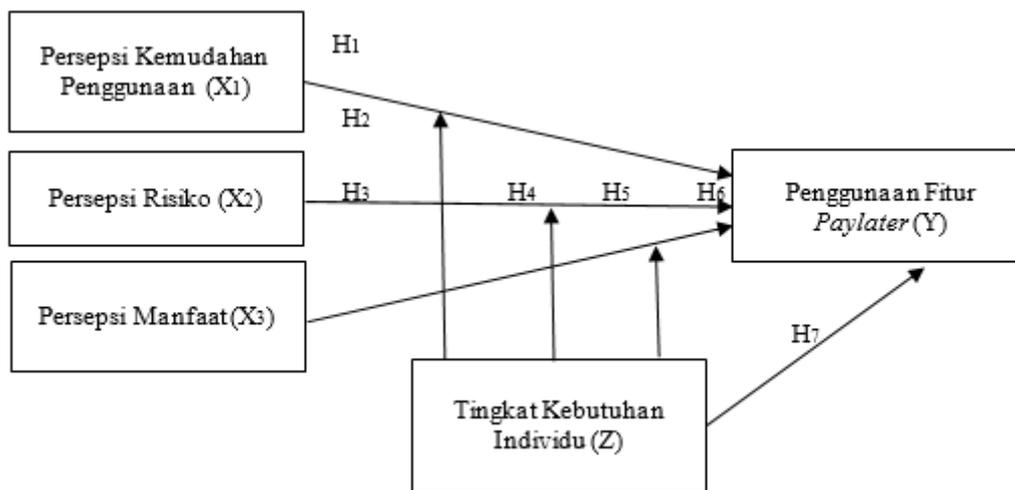
H₆ : Tingkat kebutuhan individu memoderasi pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*.

Tingkat Kebutuhan Individu Memoderasi Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*

Berdasarkan hasil penelitian (Susilawati, Mechi, 2024), tingkat kebutuhan individu dapat memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*. Ketika individu memiliki kebutuhan yang tinggi, persepsi manfaat dari fitur *PayLater* cenderung lebih kuat, mendorong individu untuk menggunakannya.

H₇ : Tingkat kebutuhan individu dapat memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*.

3. MODEL PENELITIAN



Gambar 1. Model Penelitian

4. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian dilakukan di Universitas Ngudi Waluyo, seluruh populasi adalah mahasiswa Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum dan Humaniora, dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan *Google form*. Metode pengambilan sampel adalah *Purposive sampling*.

Analisis statistik menggunakan SEM-PLS (*Structural Equation Model-Partial Least Square*) dengan bantuan *software* SmartPLS 3 melalui beberapa langkah, yaitu : pertama, analisis deskriptif untuk karakteristik responden; kedua, uji Model pengukuran (*Outer Model*) menggunakan pendekatan *MultiTrait-MultiMethod*, di mana dilakukan pengujian validitas konvergen dan diskriminan. Sementara itu, uji reliabilitas dilakukan melalui metode *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*; ketiga, uji model struktural (*Inner Model*) dengan memeriksa nilai *R-Square*, *F-Square* dan *Estimate For Path Coefficients* dengan menggunakan metode *bootstrapping*.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online*. Berikut akan disajikan data berupa tabel yang memuat identitas responden.

Tabel 1 : Identitas Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	65	65%
	Laki-laki	35	35%
Usia	Dibawah 20 Tahun	10	10%
	21 Tahun s/d 30 Tahun	87	87%
	31 Tahun s/d 40 Tahun	1	1%
	Diatas 40 Tahun	2	2%
Pendapatan Bulanan	Dibawah Rp. 2.000.000	31	31%
	Rp. 2.000.000- Rp. 3.000.000	57	57%
	Diatas Rp. 3.000.000	12	12%

Sumber : Data yang diolah (2025).

Penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS 3. Pertama uji Model pengukuran (*Outer Model*) menggunakan pendekatan *MultiTrait-MultiMethod*, di mana dilakukan pengujian validitas konvergen dan diskriminan.

Uji Outer Model**Uji Validitas****Convergent Validity****Tabel 2 : Nilai Convergent Validity**

Variabel	Konstruk	Convergent Validity	Keterangan
Persepsi kemudahan penggunaan	X1.1	0,814	Valid
	X1.2	0,806	
	X1.3	0,829	
	X1.4	0,756	
	X1.5	0,870	
Persepsi Risiko	X1.6	0,786	
	X2.2	0,855	
Persepsi manfaat	X3.1	0,856	
	X3.2	0,847	
	X3.3	0,940	
	X3.4	0,904	
Keputusan penggunaan	Y.1	0,902	
	Y.2	0,863	
	Y.3	0,820	
Tingkat kebutuhan individu	Z.1	0,727	
	Z.2	0,881	
	Z.3	0,833	
	Z.4	0,785	

Sumber : Data diolah (2025).

Pada tabel 2 menunjukkan semua indikator variabel memiliki nilai lebih dari 0,6 sehingga semua terbukti valid dan dapat digunakan.

Discriminant Validity**Tabel 3 : Hasil Uji Discriminant Validity**

Variabel	AVE	Discriminant Validity
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,658	0,811
Persepsi Risiko	1,000	1,000
Persepsi Manfaat	0,788	0,888
Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,744	0,863
Tingkat Kebutuhan Individu	0,654	0,809

Sumber: Data diolah (2025)

Pada tabel 3 terlihat bahwa nilai validitas diskriminan berada di atas 0,6, sehingga semua variabel dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,896	0,920
Persepsi Risiko	1,000	1,000
Persepsi Manfaat	0,910	0,937
Keputusan penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,828	0,897
Tingkat Kebutuhan Individu	0,823	0,883

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang dimiliki semua variabel penelitian telah lebih dari 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Hasil Pengujian *Inner Model*

Uji *inner model* atau uji struktural ini dianalisis berdasarkan tiga nilai yang diperoleh dari pengolahan data menggunakan SmartPLS, yaitu nilai *R Square*, Relevansi Prediksi (Q^2), dan nilai *Goodness of Fit* (GoF).

Tabel 5 : Hasil Pengujian *Inner Model* Variabel

Variabel	R Square	Q^2	AVE	GoF
Persepsi Kemudahan Penggunaan			0,658	
Persepsi Risiko			1,000	
Persepsi Manfaat	0,818	0,583	0,788	0,793
Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>			0,744	
Tingkat Kebutuhan Individu			0,654	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 5 di atas bahwa nilai *R Square* untuk keputusan penggunaan fitur *PayLater* berada pada nilai 0,818 yang artinya 81,8% pengaruh dari variabel keputusan penggunaan fitur *PayLater* kuat dan sisanya dijelaskan oleh variabel eksogen lain yang tidak ada di dalam model penelitian ini. Dapat dilihat bahwa, nilai tingkat relevansi (Q^2) untuk semua variabel adalah 0,583 atau 58,3% hal ini berarti menunjukkan bahwa konstruk eksogen memiliki relevansi prediktif yang besar untuk konstruk endogennya (Leguina, 2015). Nilai *Goodness of Fit* (GoF) merupakan pengukuran kelaikan suatu model. Rumus GoF (Sarwono, 2015) adalah :

$$GoF = \sqrt{com \times R - square}$$

Nilai rata-rata *communality* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 6 : Nilai Rata-Rata *Communality*

Variabel	<i>Communality</i>	Rata-rata <i>communality</i>
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,658	= 3,844 /5 = 0,768
Persepsi Risiko	1,000	
Persepsi Manfaat	0,788	
Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,744	

Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel 6 di atas dan nilai rata-rata R^2 maka nilai GoF adalah :

$$\text{GoF} = \sqrt{0,768 \times 0,818} = 0,793$$

Semakin besar nilai GoF maka penggambaran model semakin sesuai. Kategori nilai GoF menurut Sarwono, (2014) terbagi menjadi tiga, yaitu 0,1 (lemah), 0,25 (moderat), dan 0,36 (besar). Nilai GoF 0,793 diinterpretasikan GoF besar, artinya model pengukuran (*outer model*) dengan model struktural (*inner model*) sudah layak atau valid

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7 : Nilai *Path Coefficients*

	Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	STDEV	t Statistic	P Value	Keterangan
1	Efek Moderasi 1 ---> Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	-0,0320.	-0,029	0,117	0,278	0,781	Ditolak
2	Efek Moderasi 2 ---> Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	-0,070	-0,078	0,084	0,829	0,407	Ditolak
3	Efek Moderasi 3 ---> Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,114	0,114	0,132	0,863	0,389	Ditolak
4	Persepsi Kemudahan Penggunaan ---> Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,273	0,277	0,128	2,128	0,034	Diterima
5	Persepsi Risiko ---> Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,142	0,135	0,058	2,462	0,014	Diterima
6	Persepsi Manfaat ---> Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,339	0,330	0,110	3,077	0,002	Diterima
7	Tingkat Kebutuhan Individu ---> Keputusan Penggunaan Fitur <i>PayLater</i>	0,300	0,310	0,098	3,054	0,002	Diterima

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas, berikut hasil uji hipotesis dari penelitian ini :

- Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis ini ditolak, dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,0320 dan *P-Value* 0,781, yang lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Nilai *T-statistic* sebesar 0,278 juga mengindikasikan bahwa pengaruh Efek Moderasi 1 tidak signifikan.

- b. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis ini ditolak karena nilai koefisien jalur sebesar $-0,070$ dan $p\text{-value}$ $0,407$, yang lebih besar dari $0,05$. Nilai $T\text{-statistic}$ sebesar $0,829$ menunjukkan bahwa pengaruh Efek Moderasi 2 tidak signifikan.
- c. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis ini ditolak karena nilai koefisien jalur sebesar $0,114$ dengan $p\text{-value}$ $0,132$, yang lebih besar dari $0,05$. $T\text{-statistic}$ sebesar $1,506$ juga mendukung bahwa pengaruh ini tidak signifikan.
- d. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki koefisien jalur sebesar $0,273$ dan $p\text{-value}$ $0,034$, menunjukkan pengaruh signifikan. Nilai $T\text{-statistic}$ sebesar $2,128$ mendukung hasil ini. Nilai ini menunjukkan pengaruh positif yang signifikan.
- e. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi risiko dan keputusan penggunaan fitur *PayLater*. Koefisien jalur yang diperoleh adalah sebesar $0,142$ dengan $p\text{-value}$ sebesar $0,026$, yang berarti nilainya lebih kecil dari $0,05$. Selain itu $T\text{-statistic}$ yang mencapai $2,228$ juga menegaskan pengaruh yang signifikan.
- f. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar $0,339$, dengan $p\text{-value}$ yang lebih kecil dari $0,05$, menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai $T\text{-statistic}$ sebesar $3,077$ menunjukkan pengaruh positif signifikan.
- g. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar $0,31$ dan $p\text{-value}$ $0,004$, yang lebih kecil dari $0,05$. Nilai $T\text{-statistic}$ sebesar $3,054$. Nilai ini menunjukkan pengaruh positif signifikan.

Pembahasan

Tingkat kebutuhan individu tidak memoderasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *PayLater*. Studi ini tidak sejalan dengan penelitian Setyaningrum et al., (2023) yang menyatakan, semakin tinggi kebutuhan individu untuk segera mendapatkan produk, semakin kuat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan individu untuk memanfaatkan fitur *PayLater*. Hasil studi menunjukkan meskipun persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif, tingkat kebutuhan individu tidak memperkuat hubungan tersebut. Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan ketika mempertimbangkan untuk menggunakan fitur *PayLater*, akan tetapi lebih dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat fitur tersebut.

Tingkat kebutuhan individu tidak memoderasi pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan *PayLater*. Studi ini tidak sejalan dengan penelitian Iriani & Andjarwati (2020) yang menyatakan bahwa individu dengan kebutuhan tinggi akan kenyamanan dapat memilih menggunakan fitur *PayLater* meskipun merasakan beberapa risiko, karena menganggap manfaatnya lebih besar daripada kekhawatiran tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo, tidak terlalu dipengaruhi oleh tingkat kebutuhan mereka saat mempertimbangkan risiko dalam penggunaan *PayLater*.

Tingkat kebutuhan individu tidak memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *PayLater*. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Setiawati (2020) yang menghasilkan bahwa Tingkat kebutuhan individu dapat memoderasi pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*. Ketika individu memiliki kebutuhan yang tinggi, persepsi manfaat dari fitur *PayLater* cenderung lebih kuat, mendorong individu untuk menggunakannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Bisnis Digital Universitas

Ngudi Waluyo tidak merasa tertekan oleh tingkat kebutuhannya saat membuat keputusan untuk menggunakan *PayLater*. Sebaliknya, mahasiswa cenderung mempertimbangkan seberapa bermanfaat fitur tersebut.

Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, didukung oleh teori TAM dan Studi ini memberikan hasil yang konsisten dengan penelitian yang dilakukan Panjalu & Mirati, (2022) yang menyatakan, semakin mudahnya penggunaan Shopee *PayLater* akan menarik minat masyarakat untuk memanfaatkan aplikasi ini. Hal ini disebabkan oleh fitur-fitur yang ditawarkan oleh Shopee *PayLater* yang mudah dipahami dan tidak rumit bagi pengguna. Selain itu penelitian dari Salsabila, (2023) bahwa semakin banyak kemudahan yang didapat, maka keputusan pengguna untuk menggunakan fitur *PayLater* semakin meningkat. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa program studi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo yang menggunakan platform *e-commerce* seperti Shopee untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudahan penggunaan fitur *PayLater* dapat memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa.

Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *PayLater*, Studi ini memberikan hasil yang konsisten dengan penelitian Safitri et al., (2024) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan saat menggunakan aplikasi Shopee *PayLater*, semakin besar pula minat konsumen untuk memanfaatkan aplikasi tersebut. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo cenderung memiliki pemahaman baik tentang risiko dan manfaat sehingga tetap menggunakan *PayLater*.

Persepsi manfaat menjadi faktor utama yang mendorong keputusan penggunaan *PayLater*, yang didukung oleh teori TAM dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asja et al., (2021) yang menyatakan, persepsi manfaat dari metode pembayaran *PayLater* sangat mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakannya dalam *e-commerce*. Adanya fitur *PayLater* membuat mahasiswa Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo merasakan manfaat dalam membeli barang tanpa membayar di muka dan mengelola keuangan.

Tingkat kebutuhan individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *PayLater*. Studi ini menunjukkan hasil yang konsisten dengan penelitian yang dilakukan Widayani et al., (2023) yang menekankan pentingnya kesadaran akan fleksibilitas dalam pembayaran, tuntutan mendesak yang harus dipenuhi, serta penyesuaian terhadap tren keuangan modern. Selain itu penelitian oleh Panjalu & Mirati, (2022) juga mengungkapkan bahwa pengguna juga merasakan bahwa Shopee *PayLater* dapat mempermudah dalam memenuhi kebutuhan yang tidak bisa dipenuhi oleh pendapatan yang dimiliki saat ini. Mahasiswa Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo sering menghadapi pengeluaran tak terduga dan mencari solusi pembayaran yang fleksibel, sehingga cenderung lebih memilih menggunakan fitur ini sebagai alternatif.

6. KESIMPULAN

Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, Persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, Tingkat kebutuhan individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, Tingkat kebutuhan individu tidak memperkuat arah hubungan persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, Tingkat kebutuhan individu tidak memperkuat arah hubungan persepsi risiko

terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*, Tingkat kebutuhan individu tidak memperkuat arah hubungan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan fitur *PayLater*.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Tingkat Kebutuhan Individu tidak mampu memperkuat arah hubungan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Manfaat terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*. Ini memberikan implikasi penelitian selanjutnya, untuk menggunakan variabel Tingkat Kebutuhan Individu sebagai variabel mediasi. Hal ini bertujuan agar Keputusan Penggunaan Fitur *PayLater*, dapat dijelaskan lebih rinci lagi ditinjau dari variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Manfaat. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini, disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan fitur *PayLater*, serta untuk menguji variabel moderasi lain yang mungkin relevan, guna memperkaya pemahaman tentang perilaku pengguna dalam konteks keuangan digital.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembang teknologi, yaitu memastikan manfaat fitur dapat dioptimalkan, risiko dikelola dengan baik. Penting bagi penyedia layanan untuk memberikan edukasi mengenai risiko dan manfaat penggunaan fitur *PayLater*, sehingga pengguna dapat membuat keputusan yang lebih informasional dan bertanggung jawab., dan kemudahan penggunaan ditingkatkan untuk mendorong adopsi fitur oleh pengguna dengan kebutuhan yang tinggi. Hal ini dapat dilakukan melalui antarmuka yang lebih intuitif dan proses pendaftaran yang lebih sederhana.

DAFTAR PUSTAKA

- Alabor, D. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Penggunaan Shopeepay Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater*. <https://rinjani.unitri.ac.id/handle/071061/1686>
- Ananda Setiawati, P. tambunan. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Metode Pembayaran Shopee Paylater*.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Badri, R. E., Putri, A. S., & Dyasvaro, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Fintech Paylater: Integrasi Model TAM Dengan Religiusitas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat 2022*, 91–99. ISSN: 2598-0256, E-ISSN: 2598-0238 <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/3219>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use Shopeepay QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–67. <https://doi.org/10.35473/jibaku.v3i1.2149>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977. ISSN: 2614-6754. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i1.3242>
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan. *Iqra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 1–13. ISSN : 2442-8175 (online), 1979-7737 (print) <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Bikotetik (Bimbingan Dan Konseling Teori Dan Praktik)*, 2(1), 73. <https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Iriani, S. S., & Andjarwati, A. L. (2020). Analysis of perceived usefulness, perceived ease of use, and perceived risk toward online shopping in the era of Covid-19 pandemic. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12), 313–320. <https://doi.org/10.31838/srp.2020.12.50>
- Isnawati, S. I., Kom, S. I., & Purwanto, A. (2022). Generation Z Buying Behaviour Analysis Of Retail Business Opportunities. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Manajemen dan Akuntansi Vol 2 (No.1) Januari 2022, 11-21* . <http://dx.doi.org/10.35>
- Jonathan Sarwono. (2019). *Metode Riset Online: Teori, Praktik, dan Pembuatan Aplikasi*. Elex Media Komputindo.
- Leguina, A. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220–221. <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>
- Lestari, R. M., & Kartika Erawati. (2024). Pengaruh Pendapatan , Literasi Keuangan , dan Presepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Paylater pada Generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 9(2), 2024–2659. ISSN : 2598-8301 (Online). <https://doi.org/10.37531/mirai.v9i1.6908>
- Linda Sely Diana., Apriliani, & Aj.E.P., M. T. dan R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko, Intensitas Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna Shopee Paylater (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater Kecamatan Kaliwiro). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 4(4), 16–32. ISSN: 2809-7580. <https://doi.org/10.32699/jamasy.v4i4.7859>
- Mahbubi, A. (2024). *Persepsi Risiko Dan Perilaku Konsumtif Konsumen Terhadap Minat Menggunakan Spaylater*. 15(1), 37–48.
- Nailah Amelia, P., Arta Fidiansa, P., & Chindy Salsabilla Risa, dan. (2023). Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa. *Prosiding Seminar Nasional*, 176–187. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/796>.
- Ningsih, M. C., Woestho, C., & Kurniawan, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee Pada Kecamatan Tambun Selatan. *Jurnal Economina*, 2(11), 3218–3231. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.967>
- Nurdina, R Yudi Sidharta, & Aisyah Devi Irawati. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan

- Penggunaan, Persepsi Suku Bunga, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Program Studi Akuntansi). *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 29(1), 54–61. doi.org/10.36456/majeko.vol29.no1.a9005
- Nurhasanah, L. (2023). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Pada Masyarakat Surakarta). *Aleph*, 87(1,2), 149–200.
- Panjalu, D. A., & Mirati, E. (2022). Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee. *Prosiding SNAM PNJ*, 10. SNAM 2203099. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5832>
- Purba, H. C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen dan Promosi Terhadap Penggunaan Cryptocurrency sebagai Instrumen Investasi. *Journal of Social Research*, 1(7), 679–693. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.133>
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Indonesia. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 606–614. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3700>
- Rofiah, L., & Graciafernandy, M. A. (2023). Persepsi dan Minat Penggunaan Aplikasi Paylater. *Jurnal Ilmiah Aset*, 25(1), 61–69. <https://doi.org/10.37470/1.25.1.216>
- Safitri, A., Gede, I. G. K., & Supiatni, N. N. (2024). Analisis Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Bali). *Ganec Swara*, 18(3), 1456. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i3.1013>
- Sanoesi Octanita Wulan Nur, S. H. R. (2022). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*, 4, 1–25. ISSN : 2686-1771 (Online). <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3360>.
- Santika, E. F. (2025). *Ini Jenis Fintech Terbanyak yang Dimiliki Gen Z hingga Gen X RI 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/678784aec1abf/ini-jenis-fintech-terbanyak-yang-dimiliki-gen-z-hingga-gen-x-ri-2024>
- Sendari, A. A. (2022). *Pengertian Kebutuhan, Teori, Macam, Dan Bedanya Dengan Keinginan*. Liputan6.Com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5288396/pengertian-kebutuhan-teori-macam-dan-bedanya-dengan-keinginan>
- Setyaningrum, A. S., Septyanto, D., & Mariam, S. (2023). Perceived Convenience, Perceived Benefits, Perceived Price, Trust, Attitude and Decision to Use of The Shopee Marketplace. *Majalah Ilmiah Bijak*, 20(2), 269–279. <https://doi.org/10.31334/bijak.v20i2.3408>
- Silalahi, P. R., Althariq, G. N., Pohan, A., Wibowo, A., & Wijaya, I. R. (2022). Pengaruh

- Sistem Paylater Terhadap Minat Belanja Konsumen Pengguna Gojek. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1538–1548. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i4.16164>
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 57–70. ISSN 2964-8521 (Online). <https://ejournal.upnvj.ac.id/jye/article/view/7487>
- Susilawati, Mechi., Francisca Kristiastuti., R. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada. *Administrasi Bisnis*, 8(6), 994–1001. <https://doi.org/10.26593/jab.v19i1.9073.75-85>
- Syafa Tasya Salsabila. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan PayLater Pada Mahasiswa di Indonesia. *Aleph*, 87(1,2), 149–200. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/42453>
- Widyani, R. S., Pujaastawa, I. B. G., & Wiasti, N. M. (2023). Alasan Kecenderungan Berutang Melalui Spaylater di Kalangan Mahasiswa Universitas Udayana. *Jurnal Sosiologi Indonesia*, 3(2), 1–16. E-ISSN 2961-7529. <https://doi.org/10.572349/socialogica.v3i3.1142>.
- Zuniar, N. F., & Soliha, E. (2024). Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater di Kota Semarang. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 298–304. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.7242>