

**PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN SHOPEE PAYLATER PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**DWI MEINIKA SARI**  
**1910011211179**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUNG HATTA  
PADANG  
2023**

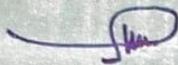
## HALAMAN PENGESAHAN

PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA

Oleh  
Nama : DWI MEINIKA SARI  
NPM : 1910011211179

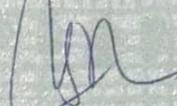
Tim Penguji

Ketua



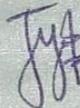
(Yuhelmi, S.E., MM)

Sekretaris



(Mery Trianita, S.E., MM)

Anggota



(Tyara Dwi Putri, S.E., M.Sc)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
pada tanggal 14 Agustus 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bung Hatta  
Dekan



(Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si)

## JUDUL SKRIPSI

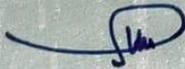
PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA

Oleh  
Nama : DWI MEINIKA SARI  
NPM : 1910011211179

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 14 Agustus 2023

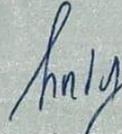
Menyetujui

Pembimbing



(Yuhelmi, S.E., MM)

Ketua Program Studi



(Lindawati, S.E., M.Si)

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa dengan skripsi yang berjudul **“Pengembangan Model TAM Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta”** merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dituliskan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya dalam daftar pustaka.

Padang, Juli 2023

**Penulis**

**PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA**

<sup>1</sup>Dwi Meinika Sari, <sup>2</sup> Yuhelmi S.E., M.M

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta <sup>2</sup>Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas BungHatta

Email : <sup>1</sup> [dwimeinika1505@gmail.com](mailto:dwimeinika1505@gmail.com) <sup>2</sup> [yuhelmi@bunghatta.ac.id](mailto:yuhelmi@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, sikap, kepercayaan dan *facilitating condition* terhadap minat menggunakan SPayLater. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Dengan jumlah sampel sebanyak 120 orang responden dengan teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan program *Smart-PLS*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan sikap berpengaruh positif terhadap minat menggunakan SPayLater. Persepsi manfaat, berpengaruh positif terhadap sikap menggunakan SPayLater. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan persepsi manfaat menggunakan SPayLater. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap sikap menggunakan SPayLater. *Facilitating condition* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan SPayLater. Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan SPayLater. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap sikap menggunakan SPayLater.

**Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Sikap, Kepercayaan, *Facilitating Condition***

**DEVELOPMENT OF TAM MODEL FOR INTEREST IN USING SHOPEE PAYLATER FOR STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, BUNG HATTA UNIVERSITY**

**<sup>1</sup>Dwi Meinika Sari, <sup>2</sup> Yuhelmi S.E., M.M**

**<sup>1</sup>Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University <sup>2</sup>Lecturer of Department of Mangement, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University**

**Email : <sup>1</sup> [dwimeinika1505@gmail.com](mailto:dwimeinika1505@gmail.com) <sup>2</sup> [yuhelmi@bunghatta.ac.id](mailto:yuhelmi@bunghatta.ac.id)**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of benefit perception, convenience perception, attitude, trust and facilitating condition on interest in using SPayLater. The population in this study is students of the Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University. With a sample of 120 respondents with the sample collection technique used is Non Probability Sampling. The data analysis method in this study uses the Smart PLS program. From the results of this study, it shows that the perception of benefits, perception of convenience, and attitude have a positive effect on interest in using SPayLater. Perceived benefits, positively affect the attitude of using SPayLater. The perception of convenience has a positive effect on the trust and perception of benefits of using SPayLater. The perception of convenience has no effect on the attitude of using SPayLater. Facilitating condition has no effect on interest in using SPayLater. Trust negatively affects interest in using SPayLater. Trust has no effect on the attitude of using SPayLater.*

*Keywords : Perception of Benefits, Perception of Ease, Attitude, Trust, Facilitating Condition*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur senantiasa penulis ucapkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya serta kemampuan berfikir, kejernihan hati dan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang berjudul “Pengembangan Model TAM Terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta”

Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini banyak mendapat bimbingan, dukungan dan motivasi dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada allah swt, atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberikan mukjizat serta kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi. Dan ucapan terima kasih kepada :

1. Kepada kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan serta memberikan kasih sayang mendidik selama ini.
2. Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA., selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
3. Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
4. Linda Wati, S.E., M.Si., selaku ketua Program studi Manajemen Universitas Bung Hatta.

5. Yuhelmi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang meluangkan waktu, memberikan pengarahan dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Kepada semua teman Seperjuangan Manajemen 2019 yang sudah membantu saat suka maupun duka semasa perkuliahan.
8. Seluruh pihak yang tiada dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Mengingat keterbatasan penulis, banyak kekurangan di dalam laporan ini dan untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan berguna untuk penyempurnaan penulisan laporan di masa yang akan datang. Dan semoga laporan ini berguna untuk penulis dan pembaca.

Padang, Juli 2023

Dwi Meinika Sari

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori .....	13
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	13
2.1.2 Minat.....	16
2.1.3 Sikap ( <i>Attitude</i> ).....	18
2.1.4 Kepercayaan .....	21
2.1.5 Persepsi Kemudahan .....	27
2.1.6 Persepsi Manfaat .....	30
2.1.7 <i>Facilitating Condition</i> (kondisi fasilitas) .....	34
2.1.8 SPayLater .....	36
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	38
2.2.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan SPayLater .....	38
2.2.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Menggunakan SPayLater .....	39
2.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan SPayLater .....	41
2.2.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Menggunakan SPayLater .....	42

2.2.5 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Kepercayaan Menggunakan SPayLater .....	43
2.2.6 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Persepsi Manfaat Menggunakan SPayLater .....	44
2.2.7 Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> Terhadap Minat Menggunakan SpayLater .....	45
2.2.8 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan SPayLater	46
2.2.9 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Sikap Menggunakan SPayLater ..	47
2.2.10 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Menggunakan SPayLater .....	48
2.3 Kerangka Konseptual .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1 Populasi .....	51
3.2 Sampel .....	51
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data .....	52
3.4 Variabel dan Definisi Operasional.....	53
3.4.1 Variabel Dependen .....	53
3.4.2 Variabel Independen .....	54
3.5 Teknik Analisis Data .....	56
3.5.1 <i>Measurement Model ( Outer Model)</i> .....	57
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	58
3.5.3 Uji Model Fit .....	60
3.5.4 Uji VIF .....	61
3.5.5 R-Square dan Q-Square.....	61
3.5.6 <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	65
4.1.1 Tingkat Respon Penelitian.....	65
4.1.2 Profil Responden .....	66
4.2 <i>Measurement Model (Outer Model)</i> .....	67
4.2.1 Skema <i>Model Partial Least Square (PLS)</i> .....	68
4.2.2 Uji Validitas .....	68
4.3 Analisis Deskriptif Variabel .....	72
4.3.1 Minat .....	72
4.3.2 Sikap.....	73
4.3.3 Kepercayaan .....	74

4.3.4 Persepsi Kemudahan .....	75
4.3.5 Persepsi Manfaat .....	76
4.3.6 <i>Facilitating Condition</i> (Kondisi Fasilitas) .....	77
4.3.7 R-Square dan Q-Square .....	78
4.4 Model Fit .....	81
4.5 Uji Multi VIF .....	82
4.6 <i>Structural Model (Inner Model)</i> .....	82
4.6.1 Pengujian Hipotesis .....	82
4.6.2 Pembahasan .....	86
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Keterbatasan dan Saran Penelitian .....	95
5.3 Implikasi .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Survey Awal Penelitian Minat Menggunakan SPayLater.....	4
Tabel 3. 1 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR).....	60
Tabel 3. 2 Kriteria R-Square .....	62
Tabel 3. 3 Kriteria Q Square .....	63
Tabel 4. 1 Tingkat Responden Penelitian .....	65
Tabel 4. 2 Deskriptif Umum Responden.....	66
Tabel 4. 3 Nilai Outer Loading.....	69
Tabel 4. 4 Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	70
Tabel 4. 5 Nilai Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion).....	70
Tabel 4. 6 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading) .....	71
Tabel 4. 7 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	72
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Minat.....	73
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Sikap .....	74
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	75
Tabel 4. 11 Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan.....	76
Tabel 4. 12 Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat.....	77
Tabel 4. 13 Deskripsi Variabel Facilitating Condition .....	78
Tabel 4. 14 Nilai R-Square.....	79
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Q-Square .....	80
Tabel 4. 16 Nilai Model Fit .....	81
Tabel 4. 17 Nilai VIF.....	82
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	50
Gambar 4. 1 Skema Pengujian Model.....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran II Tabulasi Data .....	112
Lampiran III Profil Responden .....	118
Lampiran IV Measurement Model (Outer Model).....	119
Lampiran V Deskripsi Variabel.....	122
Lampiran VI Structural Model (Inner Model) .....	125

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Financial technology (fintech)* menjadi salah satu pendorong ekonomi *digital* di Indonesia, bahkan sejak tahun 2017 *Fintech* mendominasi pendanaan *startup* Indonesia. *Fintech Lending* adalah praktik peminjaman uang baik kepada individu maupun bisnis melalui *platform online* yang berfungsi sebagai *match-maker* bagi pemberi pinjaman secara langsung kepada peminjam. Prosesnya berlangsung di *platform online*, biasanya dalam bentuk situs web dan menggunakan penilaian kredit atau alat analisis tertentu (DSResearch, 2020). *Fintech* telah sepenuhnya mengubah pengalaman pembayaran dengan hanya menggunakan *handphone*. *Fintech* sangat mengganggu industri keuangan. Salah satu alasan utamanya *Fintech* telah begitu sukses dalam menyediakan produk transformasional dengan biaya terjangkau (Arjunwadkar, 2018).

Salah satu *marketplace* yang sangat digemari kini dikalangan remaja hingga dewasa adalah Shopee. Shopee resmi diumumkan di Indonesia pada Desember 2015 dibawah naungan PT Shopee *International* Indonesia. Sejak peluncurannya, Shopee mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan pada Oktober 2017 aplikasinya sudah di unduh lebih dari 43 juta kali. Shopee hadir di pasar Indonesia pada akhir Mei 2015 dan mulai beroperasi pada Juni 2015. Shopee tampaknya tidak henti dalam meningkatkan sifat pelayanan untuk mengatasi masalah pembeli. Hal ini dibuktikan dengan memberikan strategi pembayaran mulai dari transfer bank,

kartu kredit, ShopeePay, hingga Shopee secara resmi meluncurkan komponen terbarunya, Shopee Pay Later. Hal ini sesuai dengan pandangan Aryani dan Rosinta (2011) bahwa kualitas layanan mendorong pengguna untuk bertanggung jawab terhadap barang dan pelayanan suatu organisasi sehingga mempengaruhi peningkatan bagian dari suatu barang. Kualitas pelayanan sangat mendesak dalam menahan pengguna cukup lama. Shopee PayLater (SPayLater) adalah jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data dalam bentuk saldo secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No. 77/2016. Jasa ini diberikan oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi pembayaran saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi Shopee. Jasa ini diberikan oleh Shopee yang digunakan sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *e-commerce* pada aplikasi Shopee.

SPayLater memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dibulan depan dengan *tagline* —bayar nanti. Pembeli juga dapat mengajukan satu kali tambahan. Setelah melakukan pembayaran dengan SPayLater, seluk-beluk penagihan akan muncul setiap tanggal 25 dan harus dibayar paling lambat tanggal 5 bulan itu, misalnya transaksi yang dilakukan antara tanggal 25 di bulan ini sampai 24 bulan depan akan dihitung tagihannya pada tanggal 25 dan di- bayarkan paling lambat tanggal 5 diawal bulan berikutnya.

Promosi yang cerdas untuk menarik pembeli yang begitu banyak berbelanja di Shopee. Sesuai informasi terukur SPayLater yang dimuat di situs LDN, saat ini jumlah peminjam menghubungi 1.270.101 orang, dengan 850.631 orang merupakan peminjam dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa daerah Indonesia

semakin mahir dalam inovasi keuangan, seperti fitur PayLater yang tersedia di Shopee. Selain itu, Shopee saat ini sudah banyak diakses oleh masyarakat umum yang berusia 20 hingga 30 tahun, diantaranya masih berkuliah seperti mahasiswa. Aplikasi Shopee saat ini menjadi salah satu pilihan untuk belanja *online* karena kemudahan yang didapat saat menggunakan aplikasi tersebut. Kategori pembeli yang sering berbelanja *online* yaitu mahasiswa. Aplikasi Shopee sudah sangat lekat di tangan mahasiswa, sebab mereka dapat dengan mudah memperoleh barang yang di inginkan melalui Shopee, namun tidak sedikit mahasiswa yang masih menggunakan pembayaran SPayLater dengan *tagline* —bayar nanti.

Berbelanja merupakan sebuah kegemaran bagi semua orang baik itu para perempuan maupun laki-laki guna memenuhi kebutuhan dan keinginan dari setiap orang. Apalagi dengan adanya fasilitas berbelanja secara kredit, dalam hal ini adalah adanya SPayLater tentunya menjadi kabar bahagia bagi para pecinta belanja *online* di Shopee, karena dapat belanja sepuasnya dengan limit hingga Rp 50.000.000,00 yang pembayarannya dapat dilakukan dengan cara kredit atau cicil. Kondisi ini dapat berdampak pada tingginya minat orang berbelanja dengan menggunakan fasilitas SPayLater.

**Tabel 1. 1 Survey Awal Penelitian Minat Menggunakan SPayLater**

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Saya berniat untuk terus menggunakan fitur SPayLater di masa yang akan datang	60 %	40%
2	Saya akan mencoba untuk terus menggunakan SPayLater dalam transaksi <i>online</i> di keseharian saya	40 %	60 %
3	Saya nyaman menggunakan fitur SPayLater sehingga saya akan merekomendasikannya kepada orang-orang disekitar saya	40 %	60 %
<b>TOTAL (%)</b>		50 %	50%

Sumber : Survey awal, 2023

Berdasarkan hasil survey awal pada tabel 1.1 minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menunjukkan hasil persen seimbang, yaitu dengan hasil 50% menjawab Iya berminat menggunakan SPayLater dan 50% menjawab Tidak berminat menggunakan SPayLater. Dari tabel tersebut terlihat bahwa setengah dari responden yang disurvei tidak minat/ kurang minat untuk menggunakan SPayLater.

Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), terdapat beberapa alasan seseorang menggunakan sistem teknologi informasi, diantaranya persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan sikap. Peneliti menggunakan teori TAM karena pertama, TAM dalam menerapkan sistem informasi mempertimbangkan faktor psikologis. Kedua, TAM merupakan model yang sederhana tetapi valid (Jogiyanto, 2007). Konsep TAM yang dicetuskan oleh Davis (1989) dalam Jogiyanto, menyatakan teori yang dapat dipergunakan untuk memahami dan menganalisis sikap pemakai terhadap penggunaan sistem informasi. Pengembangan konsep TAM

secara meluas diharapkan mampu mempermudah dalam memprediksi perilaku dan penerimaan seseorang akan teknologi dan bisa menyediakan informasi dasar terkait faktor pendorong atas perilaku dari individu itu sendiri.

Jogiyanto (2019) persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika menurutnya teknologi tersebut kurang berguna maka ia tidak akan menggunakannya, seseorang juga akan menggunakan suatu teknologi jika seseorang tersebut mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Oleh karena itu diharapkan dengan kehadiran teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada setiap penggunanya agar penggunanya dapat menggunakan teknologi tersebut dengan berbagai manfaat yang diberikan.

Ada banyak manfaat/keuntungan yang bisa didapatkan jika menggunakan pembayaran SPayLater, diantaranya yaitu ;beli sekarang,bayar nanti (pembayaran di bulan berikutnya), dan juga memiliki fitur cicilan hingga 12x. Saat hendak mengajukan kredit, biasanya pihak bank akan secara sepihak menentukan sistem jatuh tempo. Namun, berbeda halnya dengan SPayLater, mereka akan memberikan pilihan bagi para penggunanya untuk menentukan tanggal jatuh tempo. Selanjutnya jika pengguna/konsumen merasa dengan menggunakan metode pembayaran PayLater proses transaksi akan lebih cepat maka konsumen akan beranggapan bahwa layanan ini dapat memberikan kegunaan untuk dirinya dan akan merasakan

manfaatnya, sehingga konsumen akan dengan senang hati akan menggunakan layanan pembayaran PayLater. Rofiah Lailatul (2023) mengatakan dalam penelitiannya bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi PayLater.

Menurut Jogiyanto (2008) persepsi kemudahan ialah sebuah keyakinan dalam mengambil keputusan. Adanya fitur PayLater ini mempermudah masyarakat terutama digunakan untuk pembayaran pada saat transaksi *e-commerce*. PayLater menjadi solusi bagi konsumen yang mengalami kendala keuangan. PayLater membantu masyarakat terutama konsumen untuk mengatur pengeluaran arus kas agar lebih baik. Konsumen juga bisa leluasa untuk merencanakan keuangan jangka panjangnya (Pandamsari & Cynthia, 2020). Layanan PayLater memiliki limit pinjaman yang cukup besar, penggunaannya yang mudah melalui *marketplace* Shopee yang menyediakan beragam kebutuhan sehari-hari dan banyaknya promosi yang diberikan. Fifaldyovan dan Supriyanta (2021) mengatakan dalam penelitiannya bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Namun pendapat berbeda dikemukakan oleh penelitian Rofiah Lailatul (2023) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan aplikasi PayLater.

Sikap (*attitude*) konsumen diakui berperan dalam proses pembuatan keputusan dan minat perilaku konsumen (Wu, 2003) secara khusus, *attitude* merupakan jembatan yang menghubungkan antara karakteristik yang dimiliki konsumen dan konsumsi yang dilakukan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya. Yu dan Wu (2007) juga menunjukkan bahwa ketika konsumen

memiliki *attitude*/sikap positif terhadap *online shopping*, mereka memiliki minat yang lebih besar untuk membeli produk atau jasa melalui internet.

Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan SPaylater ialah *facilitating conditions* (kondisi fasilitas) yang dimaksud disini adalah sebuah pemahaman dimana sejauh mana seorang individu mempercayai bahwa sebuah infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sebuah teknologi (Venkatesh et al., 2003). Tentunya pengguna akan lebih termotivasi untuk menggunakan suatu teknologi apabila dalam suatu teknologi tersebut terdapat tingkat layanan, sumber daya serta pendukung yang mudah untuk dipahami, selain itu tingginya tingkat kompatibel suatu teknologi ini dengan berbagai jenis teknologi lainnya. *Facilitating condition* (kondisi fasilitas) menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong minat seseorang menggunakan sistem pembayaran PayLater, sebab apabila terdapat fasilitas yang dapat mendukung dalam penggunaan metode PayLater, maka individu juga akan semakin tinggi minatnya dalam menggunakan PayLater, sehingga perlu bagi pihak perusahaan dan *e-commerce* untuk meninjau lagi, fasilitas apa saja yang dapat dikolaborasikan dengan PayLater sehingga dapat menarik individu. Dalam penelitian yang dilakukan Eviana dan Saputra (2023) bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran PayLater.

Faktor terakhir mempengaruhi minat menggunakan SPayLater ialah kepercayaan. Kepercayaan merupakan keyakinan terhadap produk yang memiliki atribut dan mendapatkan manfaat dari atribut, dan juga keyakinan bahwa relasi pertukarannya akan memberikan apa yang diinginkan dan dapat diandalkan

(Ilmiah & Krishernawan, 2020). Salah satu bentuk untuk memperoleh kepercayaan konsumen yaitu, layan SPayLater akan mengingatkan pengguna ketika akan memasuki tanggal jatuh tempo sehingga pengguna bisa membayar dengan nyaman dan nyaman tanpa takut terkena denda telat membayar. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Faradila, dkk. (2016) bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian Wibasuri, dkk. (2022) dengan judul “Minat Individu terhadap Penggunaan E-Wallet Shopee Paylater Berbasis *Modified Technology Acceptance Model*”. Objek yang digunakan peneliti sebelumnya mengambil objek pada 120 orang pengguna yang menggunakan SPayLater dan peneliti sekarang mengambil objek penelitian pada mahasiswa yang menggunakan SPaylater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, dan peneliti ini menambah variabel *facilitating condition* (kondisi fasilitas) dan kepercayaan, dan fokus penelitian ini pada fitur di aplikasi Shopee.

Judul penelitian ini yaitu **“PENGEMBANGAN MODEL TAM TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
5. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
6. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?

7. Bagaimana pengaruh *facilitating condition* terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
8. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
9. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap sikap menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?
10. Bagaimana pengaruh sikap terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *facilitating condition* terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
9. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap sikap menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
10. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap terhadap minat menggunakan SPayLater pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

### 1. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan dapat lebih memahami keinginan konsumen dan lebih bijak dalam mengambil keputusan agar minat dari konsumen pada SPayLater meningkat.

### 2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan dan referensi terkait persepsi - persepsi konsumen terhadap minat menggunakan SPayLater yang telah disediakan oleh pihak *e-commerce*. Selain itu, hasil penelitian ini juga bisa menambah informasi untuk peneliti selanjutnya agar dapat menggambarkan bagaimana pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat dalam menggunakan fasilitas SPayLater.s.