

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *FINTECH PAYMENT (PAYLATER)* PADA
SHOPEE**

**(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung
Hatta Padang)**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

**SELVY DIANA PUTRI
1810011211198**

Dosen Pembimbing :

Dr. Hj. Listiana Sri Mulatsih, S.E., M.M

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

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Selvy Diana Putri

Npm : 1810011211198

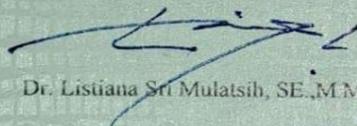
Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Paylater)* Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta)

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari Selasa, 26 Juli 2022.

Pembimbing,



Dr. Listiana Sri Mulatsih, SE.,M.M

Disetujui Oleh,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, SE.,M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Paylater)* Pada Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang)”**. merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis di ajukan dalam naskah ini dan di cantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah yang di sebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, Juli 2022
Penulis

Selvy Diana Putri

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *FINTECH PAYMENT (PAYLATER)* PADA SHOPEE**

Selvy Diana Putri, Listiana Sri Mulatsih¹

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : Selvdianaputri01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara Literasi keuangan, Kemudahan dan Risiko terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 295 orang responden yang dipilih menggunakan teknik *Stratified Random Sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee. Risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee. Dimana variabel kemudahan dan variabel risiko memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee.

Kata kunci : Literasi keuangan, Kemudahan, Risiko, minat menggunakan

THE EFFECT OF FINANCIAL LITERATURE ON INTEREST IN USING FINTECH PAYMENT (PAYLATER) ON SHOPEE

Selvy Diana Putri, Listiana Sri Mulatsih¹

*Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University*

E-mail : Selvdianaputri01@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of financial literacy, convenience and risk on interest in using fintech payment (paylater) at Shopee. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University, Padang. With a sample of 295 respondents selected using the Stratified Random Sampling technique. Based on the results of the study, it can be concluded that financial literacy has a positive effect on interest in using fintech payments (paylater) at Shopee. Ease has a positive effect on interest in using fintech payments (paylater) at Shopee. Risk has a positive effect on interest in using fintech payments (paylater) at Shopee. Where the convenience variable and the risk variable have the most dominant influence on interest in using fintech payment (paylater) at Shopee

Keywords: *Financial literacy, Ease, Risk, interest in using.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Paylater)* Pada Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang)”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Segala upaya dan kemampuan yang maksimal telah penulis berikan dalam penulisan skripsi ini guna sebagai penambahan, pengembangan wawasan dan studi. Namun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan-kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna kesempurnaan penulisan ilmiah ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak memperoleh dukungan, motivasi, bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua serta semua keluarga besar serta teman-teman. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya. Dengan ini diiringi rasa hormat yang mendalam penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT, yang sudah menolongku, mempermudah dan memperlancar semua urusan-urusan perkuliahanku dan mengabdikan semua doaku, sehingga menjadikanku sebagai sarjana manajemen dan manusia yang berakal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman hidupku.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E.,M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Bung Hatta Padang. Yang membantu saya memberikan izin penelitian sehingga berjalan lancar sesuai dengan seharusnya.
3. Ibu Herawati, S.E., M.Si., AK., CA. Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
4. Ibu Lindawati, S.E., M.Si. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
5. Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
6. Ibu Dr. Hj. Listiana Sri Mulatsih, S.E., M.M., Selaku Pembimbing yang meluangkan waktu memberikan pengarahan dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

8. Kepada keluarga terutama kedua Orang Tua tercinta Ayahanda Nofembli dan Ibunda Rumina Ranti, serta saudara-saudara kandung saya, Rafi'ur Rahman dan Rahmattullah Al-Jamil yang selalu memberikan dukungan dan do'a untuk kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan ini.
9. Kepada Semua teman Seperjuangan Manajemen 2018 yang sudah membantu saat suka maupun duka semasa perkuliahan.
10. Seluruh pihak yang tiada dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk diriku sendiri Selvy Diana Putri, terima kasih sudah berjuang.

Skripsi ini telah di susun dengan penuh kesungguhan, akan tetapi penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk kebaikan pada masa yang akan datang.

Penulis,

Selvy Diana Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	144
1.4.1 Manfaat Teoretis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Literasi Keuangan	15
2.1.2 Persepsi Kemudahan	17
2.1.3 Risiko	20
2.1.4 Minat	21
2.1.5 Paylater	23
2.2 Pengembangan Hipotesis	25
2.2.1 Pengaruh Tingkat Literasi keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Paylater Pada Shopee	25
2.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Paylater Pada Shopee	25
2.2.3 Pengaruh Resiko Terhadap Minat Menggunakan Fintech Paylater Pada Shopee	25
2.3 Kerangka Konseptual	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1 Jenis Data.....	31
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	32
3.4.1 Minat Menggunakan Fintech.....	32
3.4.2 Literasi keuangan	32

3.4.3 Persepsi Kemudahan	34
3.4.4 Risiko	34
3.5 Metode Pengukuran	35
3.6 Metode Analisis Data	37
TCR = (Rata-rata Skor/5)x100%	38
3.6.2 Analisis Validitas dan Realibilitas	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas	40
3.6.3 Pengujian Hipotesis Penelitian	41
3.6.3.1 Regresi linear berganda	41
3.6.3.2 Uji Hipotesis	42
3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.2 Profil Responden.....	44
4.3 Analisis Deskriptif	49
4.3.1 Minat Menggunakan	49
4.3.2 Literasi Keuangan	51
4.3.3 Kemudahan	52
4.3.4 Risiko	54
4.4 Uji Validitas.....	55
4.4.1 Minat Menggunakan	56
4.4.2 Literasi Keuangan	58
4.4.3 Kemudahan.....	59
4.4.4 Risiko	60
4.5 Uji Reliabilitas	61
4.6 Pengujian Hipotesis.....	62
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.6.2 Uji Hipotesis	63
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.7 Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
1. Bagi peneliti selanjutnya	70
2. Bagi perusahaan.....	71
5.3 Keterbatasan	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Perbandingan E-commerce di Indonesia Tahun 2021	5
Tabel 1.2 : Tingkat Keberhasilan Bayar	9
Tabel 3.5.1 : Penskoran Item.....	36
Tabel 3.5.2 : Instrumen Penelitian	36
Tabel 3.5.3 :Kritetia Tingkat Capaian Responden (TCR).....	39
Tabel 3.5.4 : Kriteria Muatan Faktor Berdasarkan Jumlah Sampel	40
Tabel 4.2.1 : Profil Responden	45
Tabel 4.3.1.1 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Menggunakan	49
Tabel 4.3.2.1 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Literasi Keuangan	51
Tabel 4.3.3.1 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan	53
Tabel 4.3.4.1 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Risiko.....	54
Tabel 4.3.4.2 : Kriteria Muatan Faktor Berdasarkan Jumlah Sampel.....	56
Tabel 4.4.1.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan.....	57
Tabel 4.4.2.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Tahap 1	58
Tabel 4.4.3.1 :Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan	59
Tabel 4.4.4.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Risiko	60
Tabel 4.4.4.2 : Hasil Uji Reliabilitas.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Perkembangan Fintech di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 : Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada 2021	6
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.2.1 : Jenis Kelamin Mahasiswa Aktif Fakultas FEBI.....	46
Gambar 4.2.2 : Jumlah Responden berdasarkan Jurusan atau Prodi	47
Gambar 4.2.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	48
Gambar 4.6.1 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner Penelitian.....	78
Lampiran II Olahan Data	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era revolusi industri semakin mendunia dari masa ke masa. Perkembangan teknologi digital telah meluas hampir dalam seluruh aspek kehidupan manusia mulai dari kegiatan berbelanja, transportasi, pariwisata, donasi dan kegiatan ekonomi lainnya yang dapat diakses secara digital (Aulia et al, 2020). Era revolusi industri dunia ke empat merupakan suatu masa yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi siber yang akan mempermudah masyarakat untuk mengakses sesuatu dalam keadaan dan situasi apapun. Pada era revolusi industri 4.0, teknologi sudah menjadi kebutuhan penting bagi manusia sehingga sebagian besar dari aktivitas manusia tidak terlepas dari penggunaan teknologi.

Teknologi merupakan alat yang mempermudah manusia dalam memanfaatkan sumber daya yang diperlukan. Berbagai inovasi baru bermunculan di bidang teknologi digital mulai dari perangkat keras, perangkat lunak hingga perangkat pendukung lainnya. Perkembangan teknologi digital dibuktikan dengan penggunaan gadget dan internet yang didukung oleh berbagai aplikasi canggih.

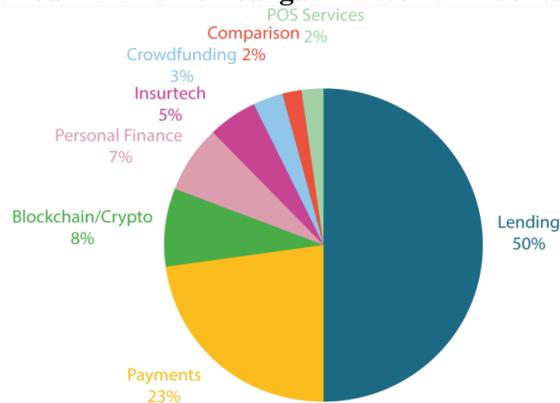
Menurut hasil survei pada tahun 2018 sampai 2020 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pertumbuhan pengguna

internet pada tahun 2018 sampai 2020 mengalami peningkatan dari total 171,17 juta jiwa menjadi 196,71 juta jiwa, di mana total populasi penduduk Indonesia saat itu adalah 266,91 juta jiwa. Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi ini pun membawa perubahan terhadap gaya hidup masyarakat. Kehidupan masyarakat menjadi sangat dekat dengan gadget ditambah dengan internet yang didukung dengan fasilitas pelayanan berbasis teknologi digital. Penggunaan gadget yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas tersebut membuat aktivitas sehari-hari mereka menjadi lebih terbantu dan menjadi lebih mudah (Wildan, 2019).

Perkembangan teknologi digital merambah sampai pada dunia bisnis. Dalam kegiatan bertransaksi, penerapan teknologi dalam layanan keuangan sangat membantu dalam melakukan interaksi. Saat ini, fenomena inovasi pada industri jasa keuangan merubah pandangan industri secara global. Akibat perubahan-perubahan tersebut, muncul sebuah fenomena baru, yaitu keuangan yang dahulu bersifat konvensional berubah menjadi digital. Fenomena ini disebut dengan *Financial Technology* atau *Fintech*. Menurut *The National Digital Research Center* (NDRC), *fintech* merupakan suatu inovasi baru gabungan antara layanan keuangan dengan teknologi modern. *Fintech* adalah sebuah sistem keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan produk, layanan, teknologi atau model bisnis baru yang berdampak pada kestabilan moneter, kestabilan sistem keuangan atau efisiensi, kelancaran, keamanan serta keandalan dalam sistem pembayaran (Aulia, 2020).

Fintech memiliki keunggulan di budang inovasi. *Fintech* menjanjikan untuk membentuk kembali industri keuangan dengan memotong biaya, meningkatkan kualitas layanan keuangan, dan menciptakan lanskap keuangan yang lebih beragam dan stabil (Lee, 2018).

Gambar 1.1: Perkembangan Fintech di Indonesia



Sumber : *Fintech News Indonesia from desk research, 2020*

Negara Indonesia sangat berpotensi dalam pengembangan *Fintech* yang dapat dibuktikan dengan banyaknya produk baru yang bermuncula serta didukung oleh besarnya pengguna internet di Indonesia. Industri *Fintech* di Indonesia didominasi oleh sektor Lending sebesar 50%, *Payment* sebesar 23%, dan sisanya diisi oleh sektor lainnya (DSResearch, 2020). Ini menunjukkan bahwa saat ini sektor pembayaran berada di urutan kedua dalam menguasai pasar *Fintech* di Indonesia. Salah satu ide yang menarik dari *Fintech Payment* adalah penerapan sistem bayar nanti/*paylater* (Pratika, 2020). Penerapan *paylater*, yaitu konsumen dapat membeli

produk yang diinginkan tanpa melakukan pembayaran terlebih dahulu, di mana pembayaran dapat dilakukan dengan cara mencicil dan membayar lunas pada saat jatuh tempo pinjaman. System *paylater* ini seringkali ditemui dalam transaksi *e-commerce*.

Transaksi *e-commerce* bukanlah suatu hal yang baru atau asing bagi masyarakat. Berkembangnya bisnis *e-commerce* di Indonesia telah merubah beberapa perilaku konsumen salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko sekarang mulai beralih dengan menggunakan media online (Mulyana,2016). Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangatlah pesat, bahkan persaingan antar *e-commerce* ini sangatlah ketat. Ketatnya persaingan antar perusahaan *e-commerce* membuat perusahaan *e-commerce* harus menerapkan strategi yang dapat menarik konsumen-konsumennya. Salah satunya dengan menerapkan system *paylater* sebagai salah satu alat pembayaran yang dapat digunakan konsumen dalam bertransaksi. Contoh perusahaan *e-commerce* yang menerapkan system ini adalah Shopee.

Shopee merupakan platform online atau aplikasi pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Singapura, Thailand, Filipina, Malaysia, Vietnam) dan Taiwan yang menawarkan transaksi jual beli *online* dan terpercaya via ponsel. Banyak fitur yang ditawarkan, seperti gratis ongkir, murah lebay, *cashback* dan lain-lain. Selain itu, konsumen bisa mendapatkan *update* terbaru dari akun Shopee penjual yang diikuti oleh akun Shopee konsumen. Selain itu, konsumen dapat menambahkan daftar

favorit konsumen yang terdiri dari berbagai produk, seperti produk-produk *fashion*, elektronik, alat kecantikan dan produk-produk aksesoris lainnya. Shopee menghadirkan fitur *paylater* pada aplikasinya yang dikenal dengan *SPaylater*. Fitur *SPaylater* ini diluncurkan pada awal tahun 2019 sebagai salah satu jenis metode pembayaran terbaru dalam melakukan transaksi belanja. *SPaylater* ini hanya dapat digunakan oleh pengguna Shopee yang terpilih, di mana mereka dapat membeli sebuah produk yang pembayarannya dapat dilakukan melalui cicilan sesuai dengan periode pembayaran yang mereka pilih. Untuk layanan *SPaylater* ini, Shopee berkerjasama dengan perusahaan *peer-to-peer* (P2P) *lending* PT Lentera Dana Nusantara (LDN). *SPaylater* menjadi solusi keuangan tanpa jaminan dan kartu kredit bagi pengguna aplikasi Shopee (PT LDN, 2021). *SPaylater* paling banyak digunakan di Indonesia dengan hasil riset 78,4%, lalu diikuti *GoPaylater* 33,8% dan *Kredivo Paylater* (23,3%) (Databoks, 2021).

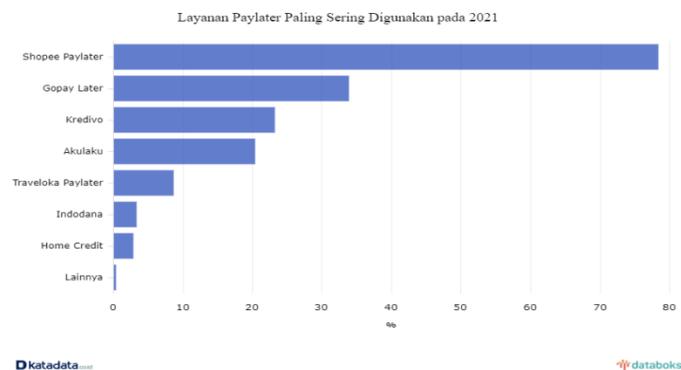
Tabel 1.1 : Perbandingan E-commerce di Indonesia Tahun 2021

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking Appstore	Rangking Playstore	Instagram	Jumlah Karyawan
Tokopedia	147,790,000	2	4	3,828,300	4,944
Shopee	126,996,700	1	1	7,757,940	12,192
Bukalapak	29,460,000	6	5	1,661,140	2,316
Lazada	27,670,000	3	2	2,975,370	4,126
Blibli	18,440,000	8	7	1,622,480	1,979

Sumber : www.iprice.co.id

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, menunjukkan bahwa Shopee menduduki peringkat pertama sebagai layanan yang paling sering diunduh pada aplikasi Appstore dan Playstore. Di sosial media Instagram, Shopee juga menduduki peringkat pertama sebagai akun Instagram dengan kunjungan tertinggi sejumlah 7,7 juta lebih pengikut. Selain itu, Shopee memiliki jumlah karyawan sebanyak 12 ribu lebih. Hal ini menunjukkan bahwa Shopee merupakan *e-commerce* yang paling populer digunakan saat ini.

Gambar 1.2: Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada 2021



Sumber : Databoks, 2021

Penggunaan *SPaylater* dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi. Ini mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, berdiskusi uang dan masalah keuangan tanpa (atau meskipun) ketidaknyamanan, merencanakan masa depan dan tanggap kompeten untuk peristiwa

kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam ekonomi umum (Latifiana). Menurut *Financial Aptitude Index* OCBC NISP, pada tahun 2021 penduduk Indonesia memiliki tingkat literasi keuangan yang diketahui hanya 37,72 dari 100. Hal itu menunjukkan bahwa tingkat literasi Indonesia masih jauh lebih rendah dari Singapura, di mana pada tahun 2020 tetap berada di angka 61. Indeks Kecakapan Keuangan yang digagas oleh OCBC NISP dianggap penting karena ada 46% responden yang memiliki keyakinan bahwa rencana keuangan mereka saat ini akan memastikan kesuksesan finansial mereka di masa yang akan datang. Namun, dalam kenyataannya hanya 16% yang memiliki dana darurat untuk menopang gaya hidup mereka jika sewaktu-waktu kehilangan pekerjaan. Menurut sumber lain, ada 86% yang umumnya menyimpan sebagian dari pendapatan mereka sebagai tabungan dan ada 43% yang mengatakan mereka masih mendapatkan pinjaman uang dari keluarga atau pun teman mereka dalam satu tahun terakhir. Selain itu, banyak kasus di mana investasi tidak dilakukan dengan baik, padahal produk investasi hanya 3%. Ada 85,6% generasi muda yang masih tidak sehat secara finansial dan membutuhkan diagnosis segera, sedangkan sisanya terlihat sehat tetapi masih belum ideal.

Dalam penggunaan *SPaylater* sebagai salah satu produk *fintech payment* juga dapat dipengaruhi oleh risiko. Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang mungkin menimbulkan kerugian kepada pengguna (Nizar, 2020). Risiko ini tentu dirasakan setiap pengguna (Nizar, 2020). Risiko yang awal dirasakan pengguna adalah risiko

kejahatan atau *cyber risk*. Kejahatan ini dapat mengancam setiap transaksi yang dilakukan oleh konsumen, bahkan keamanan data pribadi setiap pengguna juga tidak luput dari ancaman kejahatan ini (Aini, 2020). Kebocoran data pribadi dan penyalahgunaan data dapat merugikan pengguna. Bisnis *fintech* merupakan bisnis dengan kepercayaan antara pengguna dan pengembang, di mana jika terjadi sebuah kebocoran data, pemalsuan data, penyalahgunaan data, dan lain sebagainya, maka sama saja dengan merusak kepercayaan antara pengguna dan pengembang atau sebaliknya (Wildan, 2019). Dalam hal ini, kepercayaan sangatlah penting, dimana pengguna dan pengembang *fintech* tidak dipertemukan secara langsung karena penggunaannya yang dilakukan secara jarak jauh.

Berbagai potensi yang dapat merugikan kedua pihak pada *fintech*, seharusnya dapat teratasi oleh pengelola *fintech* dengan meningkatkan keamanan dari sistem yang dimilikinya dan memberikan edukasi terhadap calon pengguna, sehingga dapat meminimalisir terjadinya kesalahan yang merugikan pengguna karena penggunaan *fintech* itu sendiri dilakukan secara mandiri oleh penggunanya (Aini, 2020). Setiap risiko dapat diminimalisir dengan kebijakan-kebijakan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, di mana dengan kebijakan-kebijakan tersebut dapat mencegah bahkan tidak menimbulkan kerugian-kerugian diantara kedua belah pihak. Sebagian Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta yang telah menggunakan produk *fintech* tidak terlalu mengawatirkan risiko yang ada dalam penggunaan produk *fintech*. Mereka tetap akan menggunakan produk meskipun berisiko.

Tabel 1.2 : Tingkat Keberhasilan Bayar

Deskripsi	Desember 2020	Januari 2021	Februari 2021	Maret 2021
Tingkat Keberhasilan/Kualitas Pinjaman				
TKB 90	95,22%	98,22%	98,41%	98,68%
TWP 90	4,78%	1,78%	1,59%	1,32%

Sumber : *www.ojk.go.id*

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, kemudahan yang ditawarkan metode *paylater* berdampak negatif apabila pengguna yang menggunakan metode pembayaran *paylater* tidak bertanggung jawab atau tidak mampu membayar kewajibannya karena mengalami penurunan ekonomi akibat Covid-19 maupun alasan lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel di atas, di mana terdapat penurunan TKB 90 (Tingkat Keberhasilan Bayar 90) sebesar 1,32%, sehingga terdapat kenaikan gagal bayar dalam perkembangan *fintech lending* (Asja, 2021). Berdasarkan data statistik PT. Lentera Dana Nusantara, data tersebut menunjukkan bahwa ukuran TKW 90 sebesar 2,12% per Oktober 2021 dan jumlah akumulasi *Borrower SPaylater* semenjak berdiri, yaitu 2.710.736. Mengenai akun *Borrower SPaylater* yang aktif, ada sebanyak 1.771.269 akun yang aktif (PT LDN, 2020).

Berbagai manfaat yang dilengkapi kemudahan yang disediakan pihak Shopee, maka akan mendorong minat konsumen dalam penggunaan Shopee *Paylater* saat berbelanja. Seiring dengan perkembangan *e-commerce*, maka dapat pula memicu

para *hacker* untuk melakukan kejahatan, seperti membobol akun *paylater* lalu disalahgunakan untuk keuntungan diri mereka sendiri (Putri, 2020).

Berdasarkan RISED dengan responden berjumlah 1.544, menghasilkan 77,20% yang beranggapan bahwa akses dalam penggunaan fitur *paylater* lebih mudah dilakukan daripada kartu kredit (Asja, 2021). Hal itu disebabkan oleh fitur *paylater* yang bisa diakses oleh siapa saja, walaupun pengguna belum masuk ke kriteria sebagai peminjam di dunia bank. Alasan pengguna memilih untuk menggunakan *paylater* adalah karena syarat dan proses dalam penggunaannya yang mudah dengan persentase 60,5%, minimal transaksinya kecil dengan persentase 37,15%, tidak dikenai admin jika tidak digunakan dengan persentase 31,65%, dan dapat berhenti menggunakan *paylater* kapanpun dengan persentase 30,4% (Rahardyan, 2021).

Minat pada penelitian ini adalah minat dalam menggunakan sistem layanan Shopee *Paylater*. Minat ini merupakan perasaan di mana pengguna aplikasi Shopee akan merasa tertarik pada salah satu fasilitas pembayaran yang disediakan oleh Shopee, yaitu layanan Shopee *Paylater* tanpa paksaan atau sukarela. Selain itu, pengguna berpendapat bahwa layanan Shopee *Paylater* akan memberikan manfaat untuk pengguna.

Seiring dengan perkembangan *e-commerce*, maka tidak dapat terhindari dari kejahatan *cyber*. Pelaku kejahatan *cyber* memiliki banyak cara untuk mendapatkan akun pengguna Shopee. Salah satu cara yang paling sering digunakan, yaitu modus

meminta kode OTP dengan iming-iming hadiah atau modus untuk melakukan verifikasi dengan membuka laman situs yang sama dengan halaman Shopee. Setelah pelaku mendapatkan akun Shopee tersebut, maka pelaku akan mulai menyalahgunakannya untuk melakukan transaksi dengan menggunakan layanan *SPaylater* (Fajar, 2020).

Saat ini banyak kasus yang ikut melibatkan e-commerce di Indonesia, berdasarkan kompas.com pada tanggal 06 November 2021 Kepala Kebijakan Publik Shopee Indonesia Radityo Triatmojo menyampaikan bahwa nomor yang beredar luas di medsos tersebut bukanlah nomor resmi Shopee. Ia juga menegaskan, nomor tersebut merupakan modus penipuan yang mengatasnamakan Shopee. "Kami terus memonitor kasus penipuan yang mengatasnamakan Shopee dan ShopeePay di luar sana, serta melakukan berbagai upaya agar pengguna terhindar dari kasus atau modus penipuan apa pun," ujar Radityo saat dihubungi Kompas.com, Kamis (10/6/2021). Adapun upaya yang dilakukan yakni mereka memiliki tim internal yang berdedikasi untuk memantau fraud seperti kasus penipuan ini. Tindakan ini dilakukan guna menindaklanjuti kasus yang tidak diinginkan terjadi.

Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektual yang tinggi, kecerdasan dalam berfikir, dan perencanaan dalam bertindak. Berfikir kritis serta bertindak cepat dan tepat merupakan sifat yang sudah melekat pada diri setiap mahasiswa. Mahasiswa memiliki kedekatan dengan teknologi digital dan memanfaatkan aplikasi Shopee

dalam berbelanja maupun bisnis. Oleh karena itu, penulis fokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Hal ini disebabkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta merupakan mahasiswa yang senantiasa berhubungan dengan dunia perekonomian khususnya bisnis dibandingkan dengan mahasiswa jurusan lainnya. Diharapkan sebagai mahasiswa ekonomi dan bisnis mampu menguasai perkembangan dunia perbisnisan di era digital khususnya *Financial Technology (fintech)*.

Penelitian ini merupakan bentuk replikasi dari penelitian Asja (2021). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut.

1. Objek penelitian pada penelitian sebelumnya, yaitu masyarakat DKI Jakarta. Sedangkan, objek pada penelitian ini adalah Mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta.
2. Peneliti menambahkan satu variabel yang belum di pertimbangkan oleh peneliti sebelumnya, yaitu literasi keuangan. Hal yang mendasari peneliti menambahkan variabel literasi keuangan adalah menurut penelitian Mudrikah (2021) menyatakan bahwa tingkat literasi Mahasiswa FEBI UIN SumateraUtara di ketahui sebesar 29,10%. Tergolong kedalam kategori *Well literate* serta adanya pengaruh positif dan signifikan antara tingkat literasi keuangan terhadap minat menggunakan produk finansial teknologi.

Berdasarkan masalah diatas peneliti memberikan judul penelitian ini, yaitu Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat menggunakan *Fintech*

Payment (Paylater) Pada Shopee (Study Kasus Pada Mahasiswa FEB 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. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee?
3. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat penggunaan *fintech payment paylater* pada Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh risiko yang diperoleh dari penggunaan *fintech payment paylater* pada Shopee

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat dan kegunaan antara lain sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Bagi Akademi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang sejenis sebagai keperluan studi.

2. Bagi Masyarakat

Memberikan pengetahuan mengenai perkembangan *financial technology* di Indonesia melalui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan fitur *spaylater* dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang diperoleh dapat menambah pengetahuan perusahaan yang mengembangkan *financial technology* terutama fitur *paylater*.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Literasi Keuangan

Perkembangan industri jasa keuangan semakin meningkat dan kompleks, sehingga mengubah kondisi pasar keuangan. Oleh karena itu, seseorang perlu memahami pengetahuan dasar keuangan yang berhubungan dengan kunci keamanan keuangan modern (Marbun, 2016). Pengetahuan ini mutlak diperlukan oleh setiap individu agar dapat memanfaatkan instrumen maupun produk keuangan secara optimal guna mengambil keputusan secara tepat untuk kesejahteraannya. Literasi keuangan dapat membantu seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang lebih baik serta mendapatkan keuntungan yang lebih banyak (ASIC, 2013).

Literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi. Ini mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, berdiskusi uang dan masalah keuangan tanpa (atau meskipun) ketidaknyamanan, merencanakan masa depan dan tanggap kompeten untuk peristiwa kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam ekonomi umum (Latifiana). Literasi keuangan adalah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya

pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien. Pengetahuan individu mengenai pengelolaan keuangan yang baik dapat memberikan manfaat positif bagi penggunaanya dalam pertimbangan pengambilan keputusan produk-produk keuangan. Literasi keuangan adalah seperangkat pengetahuan dan ketrampilan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan yang efektif dengan sumber daya keuangan mereka (Manurung, 2009). Hal-hal yang tercakup dalam literasi keuangan ini, yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan memahami konsep keuangan, keandalan dalam mengelola keuangan pribadi maupun perusahaan dan mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan pada saat tertentu.

Tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap orang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan antara individu satu dengan yang lainnya dalam mengumpulkan aset baik jangka pendek maupun jangka panjang. Tingkat literasi keuangan seseorang dipengaruhi oleh karakteristik demografi (gender, etnis, pendidikan dan kemampuan kognitif), latar belakang keluarga, kekayaan serta preferensi waktu (Monticone, 2010). Faktor personal (intelegensi dan kemampuan kognitif), sosial dan ekonomi dapat mempengaruhi literasi keuangan dan perilaku keuangan seseorang (Marbun 2016). Jadi, terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan perbedaan tingkat literasi keuangan seseorang, baik faktor dari dalam diri individu dan faktor di luar individu.

Literasi keuangan dipengaruhi oleh faktor asuransi, investasi, tabungan (pinjaman) dan pengetahuan konsep keuangan (Arianti, 2020). Ada beberapa elemen kunci dari kemampuan dan pengetahuan literasi keuangan yang biasanya disebutkan dalam literatur, di antaranya sebagai berikut (Oseifuah, 2010).

1. Pengetahuan matematis dan pengetahuan standar, seperti angka dasar dan kemampuan dalam memahami.
2. Pemahaman keuangan mengenai sifat dasar dan bentuk uang, yaitu bagaimana uang digunakan dan konsekuensi dari keputusan konsumsi.
3. Kompetensi keuangan, seperti memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar keuangan, sikap dalam menggunakan uang dan tabungan, memahami pencatatan keuangan serta menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya.
4. Menyadari risiko-risiko yang berhubungan dengan produk keuangan serta memahami hubungan antara risiko dan pendapatan.
5. Tanggung jawab keuangan, yaitu kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat mengenai isu-isu keuangan, mengetahui hak dan tanggung jawab konsumen, kemampuan, dan kepercayaan untuk mencari bantuan ketika sesuatu berjalan tidak semestinya.

2.1.2 Persepsi Kemudahan

Kemudahan adalah sebagai bentuk kepercayaan individu dimana jika mereka menggunakan teknologi tertentu, maka akan bebas dari upaya (Harlan, 2014).

Persepsi Kemudahan (PEOU) adalah seberapa jauh individu mempercayai bahwa saat mengaplikasikan sistem tertentu maka akan terlepas dari usaha (Davis, 1989). Dalam persepsi kemudahan penggunaan, kata *Ease* yang berarti kemudahan menunjukkan kebebasan dari kesulitan. Istilah *ease of use* dapat berarti suatu ukuran kepercayaan pengguna suatu teknologi tertentu, di mana dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu, dimana apabila mereka menggunakan sistem tertentu, maka akan bebas dari usaha. Apabila pengguna mempercayai sistem teknologi mudah saat digunakan, maka ia akan tertarik untuk memakai sistem tersebut dan sebaliknya.

Persepsi Kemudahan adalah seberapa jauh subjek beranggapan bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah (Krempel, 2014). Suatu teknologi dapat dikatakan memiliki suatu kemudahan dalam penggunaannya apabila memiliki beberapa indikator, yaitu sebagai berikut (Wildan, 2019).

1. Teknologi tersebut dapat dengan mudah untuk dipelajari.
2. Mudah dan terampil dalam menggunakan suatu teknologi.
3. Sangat mudah dalam pengoperasiannya.

Kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa factor, antara lain (Istiarni, 2014) :

1. Berfokus pada teknologi itu sendiri, di mana suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contoh: pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.
2. Reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna, di mana reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
3. Tersedianya mekanisme pendukung yang handal, di mana mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

Kemudahan yang dirasakan akan mempengaruhi sikap individu dalam dua mekanisme, yaitu *self efficacy* dan *instrumentaly*. Semakin mudah teknologi digunakan, maka akan meningkatkan *self efficacy* penggunaannya. Selain itu, kemudahan yang dirasakan juga dapat memberikan dampak dalam memperbaiki kinerja seseorang (Istiarni, 2014). Dengan demikian, hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak kemudahan yang dirasakan dari penggunaan suatu teknologi atau system, maka dapat pula mempengaruhi ketertarikan penggunaannya.

2.1.3 Risiko

Menurut kamus ekonomi, risiko adalah peluang dimana hasil yang sesungguhnya bisa berbeda dengan hasil yang diharapkan atau kemungkinan nilai yang hilang atau diperoleh yang dapat diukur. Definisi risiko berbeda-beda tergantung pada tujuannya, sehingga definisi risiko yang tepat jika dilihat dari sudut pandang adalah exposure terhadap ketidakpastian pendapatan (Eddie, 2002). Risiko adalah kerugian secara finansial, baik secara langsung maupun tidak langsung (Philip, 2004). Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang akan diterima pengguna dalam menggunakan *fintech* (Nizar, 2020). Risiko penggunaan produk *fintech* ini dapat memberikan dampak negatif yang merugikan pengguna. Risiko dapat dibagi dalam lima indikator, diantaranya sebagai berikut (Ariani, 2017).

1. Risiko Keuangan (*financial risk*), yaitu individu merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Risiko Kinerja (*functional risk*), yaitu individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai dengan apa yang mereka harapkan.
3. Risiko Psikologi (*psychological risk*), yaitu perasaan, emosi atau pun ego yang dirasakan oleh individu karena membeli atau menggunakan suatu produk.
4. Risiko fisik (*physical risk*), yaitu dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya.
5. Risiko sosial (*social risk*), yaitu risiko yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk.

Semakin tinggi tingkat risiko yang didapat individu, maka semakin rendah tingkat kepercayaan individu. Sebaliknya, semakin rendah tingkat risiko yang didapat individu, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan individu.

Sebuah risiko menjadi lebih tinggi apabila (Rahim, 2017) :

1. Sedikitnya informasi tentang produk.
2. Produk merupakan sesuatu yang baru.
3. Tingginya harga produk.
4. Produk tersebut sangat kompleks.
5. Keyakinan diri pengguna dalam mengevaluasi merek rendah.
6. Pentingnya produk tersebut bagi pengguna.

Semakin tinggi risiko yang dihasilkan, maka pengguna akan terdorong untuk menghindari penggunaan produk tersebut. Ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi risiko diantaranya sebagai berikut apabila (Rahim, 2017).

1. Ada risiko yang ditimbulkan.
2. Ada kerugian yang dialami.
3. Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko.

2.1.4 Minat

Minat adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu serta mempunyai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun

membuktikan lebih lanjut. Minat Keperilakuan (BI) adalah kecenderungan minat yang terjadi pada pengguna saat akan menggunakan suatu teknologi baru (Davis et al, 1989). Ada tiga faktor yang dapat mempengaruhi minat setiap individu diantaranya sebagai berikut (Wildan, 2019).

1. Faktor yang berasal dari dalam diri individu yang berhubungan dengan jasmani dan rohani.
2. Faktor Motif Sosial, yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan tempat individu berada.
3. Faktor Emosional, yaitu ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap keinginan atau objek tertentu.

Minat setiap individu tergantung dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, di mana setiap individu tentu memiliki minatnya masing-masing (Wildan, 2019). Meskipun individu memiliki minat yang sama terhadap sesuatu, tetapi hal itu terjadi karena dilatarbelakangi oleh faktor tertentu. Untuk mengukur minat ada beberapa indikator yang dapat digunakan diantaranya sebagai berikut (Pavlou, 2010).

1. Rasa ingin menggunakan.
2. Selalu menggunakan.
3. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang.

2.1.5 Paylater

Paylater adalah suatu bentuk alat pembayaran. Shopee *Paylater* merupakan produk hasil kerjasama dari PT Commerce Finance (Perusahaan Pembiayaan), yaitu PT Lentera Dana Nusantara (*Platform P2P Lending*) dan PT Shopee International Indonesia (Shopee). Shopee *Paylater* atau yang biasa dikenal dengan *SPaylater* merupakan sebuah fitur layanan alat pembayaran yang disediakan untuk para pengguna aplikasi Shopee. *SPaylater* adalah metode pembayaran dalam bentuk pinjaman instan dengan bunga yang sangat minim (Shopee, 2020).

SPaylater dapat diaktifkan apabila pelanggan di Shopee terpilih untuk menjadi pengguna fitur Shopee Paylater. Agar menjadi pengguna yang terpilih, maka ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi terlebih dahulu, antara lain akun Shopee harus terdaftar dan telah terverifikasi. Kemudian, akun Shopee sudah dalam jangka tiga bulan pemakaian dan sering digunakan untuk bertransaksi. Akun pelanggan juga harus di update ke aplikasi Shopee terbaru. Setelah memenuhi persyaratan tersebut, pelanggan dapat melakukan transaksi pembelian dan memilih *SPaylater* sebagai metode pembayaran. Apabila fitur Shopee Paylater belum tersedia, artinya pelanggan belum memenuhi persyaratan yang diajukan oleh Shopee. Sebaliknya, jika metode pembayaran *SPaylater* sudah tersedia, otomatis akun Shopee Paylater pelanggan telah disetujui (Shopee, 2020).

Aktivasi *SPaylater* hanya bisa dilakukan melalui aplikasi Shopee, di mana pengguna akan diminta untuk menunjukkan foto KTP dan verifikasi wajah. Shopee

juga akan meminta informasi tambahan tentang pengguna, salah satunya tentang pekerjaan. Pengajuan aktivasi akan diperiksa oleh tim terkait dalam kurun waktu 2x24 jam. Apabila disetujui pengguna akan mendapatkan notifikasi bahwa pengguna telah berhasil menggunakan *SPaylater*. Pengguna juga akan mendapatkan limit kredit yang nilainya disesuaikan dengan seberapa tinggi tingkat transaksi pembelian di Shopee. Semakin sering pelanggan berbelanja, limit *SPaylater* yang diterima juga semakin besar (Sidabutar, 2020).

Untuk membayar tagihan *SPaylater*, pengguna diwajibkan untuk membayar tagihan sesuai dengan periode cicilan yang telah dipilih, yakni 2 bulan, 3 bulan, atau 6 bulan. Pembayaran dapat dilakukan lewat *Shopeepay*, *virtual account*, atau Indomaret. Fitur *SPaylater* menyediakan beberapa menu, salah satunya menu pilihan riwayat transaksi dimana pengguna dapat melihat catatan barang yang sudah dibeli dan dibayar. Selain itu, ada pilihan menu tagihan yang berisi pemberitahuan mengenai jumlah tagihan yang akan dibayar serta waktu batas pembayaran. Jika pelanggan terlambat membayar, pelanggan tidak dapat melakukan checkout dengan *SPaylater* sampai tagihan lunas. Keterlambatan juga dapat mengakibatkan pembekuan akun Shopee, pembatasan voucher Shopee, tercatat dalam SLIK (sistem layanan informasi keuangan) dan penagihan lapangan (Shopee, 2020)

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat menggunakan Fintech Paylater Pada Shopee

Penelitian terdahulu oleh Mudrikah (2021) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk *fintech*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat dikembangkan hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee

2.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Paylater Pada Shopee

Behavioral intention (BI) ditentukan oleh persepsi kemudahan (Zhang, 2020). Persepsi kemudahan menjadi faktor individu untuk melihat seberapa jauh ia menganggap bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah (Krempel, 2014). Persepsi kemudahan penggunaan itu mengarah kepada kepercayaan akan kemudahan yang diasosiasikan dengan penggunaan teknologi. Dengan kemudahan dalam penggunaan tersebut, maka ia tentu memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap sikap dari pengguna. Namun, penerimaan awal suatu inovasi tidak dapat menjamin pengguna berlanjut dalam penggunaannya atau tidak (Ozturk, 2016).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan dari penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan perilaku minat individu yang akan menggunakan sistem tersebut. Berdasarkan penelitian Laksana (2015), Joan dan Sitinjak (2019), Romadloniyah dan Prayitno (2018), dan Witami dan Suartana (2019), menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Penelitian terdahulu oleh Harlan Dwimastia (2014) menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-banking*. Sedangkan, variabel risiko persepsian menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-banking*. Sedangkan, menurut penelitian Muhammad Wildan (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas serta risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat dikembangkan hipotesis kedua dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment paylater* pada Shopee

2.2.3 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Penggunaan Fintech Paylater Pada Shopee

Penelitian terdahulu menurut penelitian Muhammad Wildan (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas serta risiko

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Fintech*. Selanjutnya, penelitian Oktafalia Marisa (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari risiko terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan *Financial Technology*.

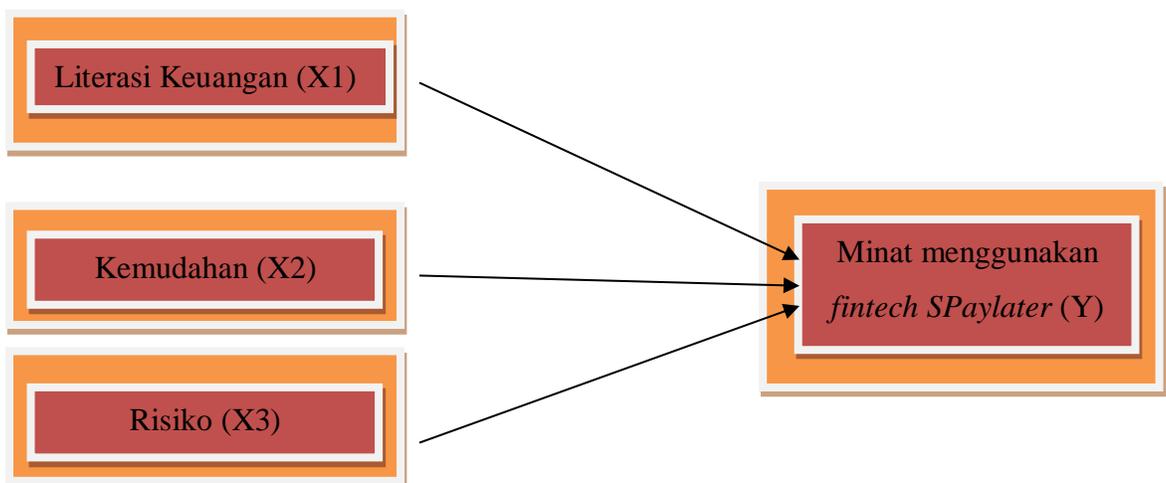
Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat dikembangkan hipotesis ketiga dalam penelitian ini sebagai berikut:

H3 : Risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment* *paylater* pada Shopee

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian sebelumnya dengan berpedoman dari landasan teori, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta pengembangan hipotesis, maka berikut ini dapat dikemukakan kerangka konseptual sebagai berikut.

Gambar 2.1: Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat diambil dengan menggunakan tata cara statistik atau cara lain dari kuantitatif (Siska, 2018). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakan variabel. Penelitian kuantitatif, sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, menterjemahkan data tersebut, dan penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2013).

Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, pengaruh kemudahan dan pengaruh risiko terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2017). Jadi, populasi itu termasuk orang serta obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi bukan sekedar

jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEB Universitas Bung Hatta pada semester genap 2021/2022 yang berjumlah 1.121 orang, Yang terdiri dari Mahasiswa Program Studi Manajemen sebanyak 643 orang, Ekonomi Pembangunan sebanyak 126 orang, dan Akuntansi sebanyak 352 orang (portal UBH).

3.2.2 Sampel

Sampel yaitu bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Sampel yaitu sebagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih (Sanusi, 2011). Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Mustika dkk., 2017). Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sebagian elemen dari populasi yang bisa mewakili karakter populasi yang dijadikan objek penelitian.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta. Besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin karena populasi belum diketahui secara pasti (Nalendra, 2021 : 27-28).

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (5%)

Perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{1.121}{1 + (1.121 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{1.121}{1 + 2,8025}$$

$$n = \frac{1.121}{3,8025}$$

= 294,80 dibulatkan menjadi 295 orang

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *probabilistic sampling* yaitu *stratified random sampling*. *Stratified Random Sampling* merupakan proses pengambilan sampel melalui proses pembagian populasi ke dalam strata, memilih sampel acak sederhana dari setiap stratum, dan menggabungkannya ke dalam sebuah sampel untuk digunakan dalam menaksir parameter populasinya menurut Adha (2014). Perhitungan *sample stratified random sampling* .

Sampel = 295 orang yang terdiri dari :

Ekonomi Pembangunan	: 59 orang
Akuntansi	: 89 orang
Manajemen	: 147 orang

Jadi sampel dalam penelitian ini berjumlah 295 orang agar dicapai tingkat kepercayaan 95% dalam pendugaan proporsi populasi mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta. Dengan pembagian atas kelompok jurusan yang ada di FEB yaitu sebanyak 59 orang dari mahasiswa dari jurusan ekonomi pembangunan, 89 orang mahasiswa dari jurusan akuntansi dan 147 orang dari jurusan manajemen.

3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau data yang diperoleh peneliti dari tangan pertama (Sugiyono, 2013). Data primer dalam merupakan hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan secara langsung kepada responden menggunakan kuisisioner terbuka.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2010). Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk

memperoleh informasi dari responden biasanya mengenai topik-topik tertentu yang diajukan oleh peneliti. Pertanyaan yang diberikan dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu pertanyaan berstruktur dan pertanyaan terbuka (Nazir, 2011). Prosedur yang dilakukan peneliti adalah dengan membuat pertanyaan-pertanyaan mengenai permasalahan sesuai dengan indikator yang ada, dan membuat pertanyaan untuk setiap variabel untuk menguatkan hasil dari indikator tersebut, yang kemudian akan dibagikan kepada responden dengan menggunakan kuesioner online menggunakan google form.

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

3.4.1 Minat Menggunakan Fintech

Behavioral Intention (BI) adalah sejauh mana subjek menyatakan untuk menggunakan teknologi di masa depan (Krempel, 2014). Ada tiga indikator yang membentuk konstruk minat berperilaku (*behavioral intention*), yaitu sebagai berikut (Venkatesh, 2008).

1. Berencana menggunakan
2. Berminat menggunakan
3. Terus menggunakan dimasa mendatang

3.4.2 Literasi keuangan

Literasi keuangan adalah suatu keterampilan yang harus di kuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap

perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang tepat dan efisien. Literasi keuangan dapat diukur dengan menggunakan empat indikator, yaitu pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, pengelolaan tabungan dan investasi, serta manajemen risiko (Chen & Volpe, 1998). Ada beberapa elemen kunci dari kemampuan dan pengetahuan literasi keuangan yang biasanya disebutkan dalam literatur, di antaranya sebagai berikut (Oseifuah, 2010).

1. Pengetahuan matematis dan pengetahuan standar, seperti angka dasar dan kemampuan dalam memahami.
2. Pemahaman keuangan mengenai sifat dasar dan bentuk uang, yaitu bagaimana uang digunakan dan konsekuensi dari keputusan konsumsi.
3. Kompetensi keuangan, seperti memahami ciri-ciri utama dari layanan dasar keuangan, sikap dalam menggunakan uang dan tabungan, memahami pencatatan keuangan serta menyadari pentingnya membaca dan memeliharanya.
4. Menyadari risiko-risiko yang berhubungan dengan produk keuangan serta memahami hubungan antara risiko dan pendapatan.
5. Tanggung jawab keuangan, yaitu kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat mengenai isu-isu keuangan, mengetahui hak dan tanggung jawab konsumen, kemampuan, dan kepercayaan untuk mencari bantuan ketika sesuatu berjalan tidak semestinya.

3.4.3 Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan adalah seberapa jauh subjek beranggapan bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah (Krempel, 2014). Ada empat indikator yang membentuk konstruk persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), yaitu sebagai berikut (Venkatesh & Davis, 2000).

1. Interaksi antara individu dengan sistem jelas dan mudah dipahami.
2. Sistem mudah untuk digunakan.
3. Sistem mudah dioperasikan sesuai dengan yang ingin individu kerjakan.
4. Pengguna tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.

3.4.4 Risiko

Menurut kamus ekonomi, risiko adalah peluang dimana hasil yang sesungguhnya bisa berbeda dengan hasil yang diharapkan atau kemungkinan nilai yang hilang atau diperoleh yang dapat diukur. Definisi risiko berbeda-beda tergantung pada tujuannya, sehingga definisi risiko yang tepat jika dilihat dari sudut pandang adalah exposure terhadap ketidakpastian pendapatan (Arifudin, 2020). Risiko adalah kerugian secara finansial, baik secara langsung maupun tidak langsung (Philip, 2004). Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang akan diterima pengguna dalam menggunakan fintech (Nizar, 2020). Risiko penggunaan produk *financial technology* (*fintech*) dapat memberikan dampak negatif yang dapat merugikan pengguna.

Menurut Risiko dapat dibagi dalam lima dimensi, diantaranya sebagai berikut (Ariani & Zulhawati, 2017).

1. Risiko Keuangan (*financial risk*), yaitu individu merasakan masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Risiko Kinerja (*functional risk*), yaitu individu tidak mendapatkan fungsi dari suatu produk sesuai dengan apa yang mereka harapkan.
3. Risiko Psikologi (*psychological risk*), yaitu perasaan, emosi atau pun ego yang dirasakan oleh individu karena membeli atau menggunakan suatu produk.
4. Risiko fisik (*physical risk*), yaitu dampak negatif dari suatu produk yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakannya.
5. Risiko sosial (*social risk*), yaitu risiko yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar pengguna atas penggunaan suatu produk.

3.5 Metode Pengukuran

3.5.1 Skala Likert

Skala Likert adalah suatu alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, ataupun persepsi seseorang mengenai suatu keadaan yang biasanya digunakan untuk melakukan sebuah riset atau survei (Sugiyono, 2007). Dengan skala likert, variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Hal ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengukur sikap seseorang atau sekelompok orang, selain itu agar penelitian juga tidak keluar jauh

dari topik utama. Bentuk pertanyaan yang digunakan dalam pengukuran skala likert yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) (Ilmi, 2017). Bentuk-bentuk pertanyaan tersebut diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1. Pemberian skor pada kategori jawaban instrumen item sebagai berikut :

Tabel 3.5.1 : Penskoran Item

Alternatif Pilihan	Item
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (ST)
3	Cukup Setuju (CS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber : Ilmi, 2017

Tabel 3.5.2 : Instrumen Penelitian

Variabel	Kode Kuisisioner
Literasi Keuangan (X1)	LK1
	LK2
	LK3
	LK4
	LK5
	LK6
	LK7
Kemudahan (X2)	K1
	K2
	K3
	K4
	K5
Risiko (X3)	R1
	R2
	R3
	R4
	R5
Minat Menggunakan (Y)	MT1
	MT2
	MT3
	MT4
	MT5
	MT6

Menganalisis data dan pengujian instrument untuk penelitian ini, dibantu dengan menggunakan software pengolahan data STATA 12.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode yang digunakan oleh penulis dalam menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (2014) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi.

Analisis ini bermaksud untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian. Dengan cara menyajikan data ke dalam tabel distribusi frekuensi dan menghitung tingkat capaian responden TCR. Perhitungan TCR dimaksudkan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat capaian suatu variabel penelitian yang diukur berdasarkan jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden. Sebelum menghitung TCR, dilakukan perhitungan terhadap skor total dari jawaban responden untuk setiap item pertanyaan. Adapun rumus untuk menentukan besarnya skor total adalah sebagai berikut (Arikunto, 2006).

$$\text{Skor total} = (\text{SS.f}) + (\text{S.f}) + (\text{R.f}) + (\text{TS.f}) + (\text{STS.f})$$

Dimana :

SS = Sangat setuju (5)

S = Setuju (4)

R = Ragu-ragu (3)

TS = (Tidak setuju)

F = Frekuensi

Untuk menghitung rata-rata skor masing-masing indikator dalam pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuisioner rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\text{Rata-rata Skor} = (\text{Skor total}/n)$$

Keterangan:

n = Jumlah Responden

Sedangkan, untuk menghitung tingkat pencapaian jawaban responden, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\text{TCR} = (\text{Rata-rata Skor}/5) \times 100\%$$

Keterangan:

TCR = Tingkat Capaian Jawaban Responden

Arikunto (2006) menyatakan bahwa kriteria nilai tingkat capaian responden (TCR) dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 3.5.1 :Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCR)

TCR (%)	Variabel			
	Minat	Literasi keuangan	Kemudahan	Risiko
90 – 100	Sangat Tinggi	Sangat Baik	Sangat Mudah	Sangat Tinggi
80 - 89,99	Tinggi	Baik	Mudah	Tinggi
65 - 79,99	Cukup Tinggi	Cukup Baik	Cukup Mudah	Cukup Tinggi
55 -64,99	Rendah	Tidak Baik	Tidak Mudah	Rendah
0 – 54,99	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Mudah	Sangat Rendah

3.6.2 Analisis Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Validitas sebagai kemampuan instrument dalam mengukur secara aktual apa yang seharusnya diukur tanpa kesalahan saat mengambil kesimpulan dari data (Dharma, 2020). Validitas konstruk merupakan takaran yang memastikan bahwa item-item pengukuran secara actual mempresentasikan konstruk hipotesis yang diukur melalui sejumlah elemen/item pertanyaan (Dharma, 2020). Teknik yang lazim digunakan untuk hal tersebut adalah Analisis Faktor Konfirmatory/AFK (*confirmatory factor analysis/CFA*). Pada penelitian ini validitasnya di uji dengan menggunakan program STATA 12 12.

Tujuan AFK adalah untuk mengkonfirmasi atau menguji kembali pembentukan konsep atau konstruk yang diformulasikan melalui suatu kerangka teori, atau memeriksa kembali suatu model pengukuran yang perumusannya berasal dari suatu teori (Dharma, 2020).

Sebagai metode lanjutan dari analisis factor, parameter pengujian validitas AFK adalah dengan mencocokkan muatan factor (dilambangkan dengan λ) dengan matriks yang berbentuk agar dapat dilihat sejauh mana kesesuaian (fit)nya antara muatan factor data dengan model (Dharma, 2020). Selain itu juga dijelaskan bahwa muatan factor yang bernilai lebih dari 0,4 (absolut) bisa dianggap sebagai angka yang layak. Hair (2010) mengemukakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.5.2 : Kriteria Muatan Faktor Berdasarkan Jumlah Sampel

Muatan Faktor (λ)	Jumlah Sampel
0,30	350
0,35	250
0,40	200
0,45	150
0,50	120
0,55	100
0,60	85
0,65	70
0,70	60

Sumber: Dharma, 2020

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dari suatu pengukuran menunjukkan bahwa pengukuran yang dilakukan bebas dari kesalahan dan pengukuran tersebut konsisten dari waktu ke waktu (Dharma, 2020). Salah satu pengujian reliabilitas yang dapat digunakan adalah

konsistensi internal dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Reliabilitas pada penelitian ini di uji dengan menggunakan program STATA 12 12.

Para ahli pengukuran sepakat mengatakan koefisien alfa 0,7 diperlukan untuk sebuah skala yang sudah mapan dan dianggap stabil (Dharma, 2020). Adapun untuk sebuah skala yang masih dalam pengembangan, koefisien 0,60 dianggap cukup memadai.

3.6.3 Pengujian Hipotesis Penelitian

3.6.3.1 Regresi linear berganda

Analisis Regresi Linear Berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas (Sanusi, 2011:134). Analisa ini untuk memprediksikan nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif. Untuk mengetahui pengaruhnya digunakan formulasi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat menggunakan

α = Konstanta

b1,b2 = Koefisien Regresi

X1 = Literasi Keuangan (X1)

X2 = Kemudahan (X2)

X3 = Risiko (X3)

e = error

Untuk mendapatkan nilai persamaan regresi linear berganda, maka pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program STATA 12.

3.6.3.2 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses pengambilan keputusan dimana peneliti mengevaluasi hasil penelitian tentang apa yang ingin dicapai sebelumnya (Dharma, 2020). Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan program STATA 12. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Coefisien* dan nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai *P-Values* < 0,05 (Yurindera, 2020)

3.6.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Pardede (2014:38) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2), ini mencerminkan seberapa besar variasi variabel terikat (Y) dapat diterangkan oleh variabel bebas (X). Nilai R^2 dapat

bervariasi antara 0 sampai 1. Bilai nilai $R^2 = 1$, berarti semua variasi variabel (Y) dapat dijelaskan oleh variabel (X), berarti tidak ada faktor lain yang ikut mempengaruhi variabel (Y), bila $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa variabel X sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan mengenai hasil penelitian serta analisis data yang telah terkumpul melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan google form yang penulis edarkan pada tanggal 2 Juli 2022 hingga 11 Juni 2022. Penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul sesuai dengan pokok permasalahan yang sudah dipaparkan di awal bab. Hasil pengolahan data merupakan informasi yang nantinya akan menunjukkan apakah hipotesis yang telah dirumuskan dapat diterima atau tidak.

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta. Sampel yang di perlukan dalam penelitian adalah sebanyak 295 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan secara online kepada seluruh mahasiswa FEB Universitas Bung Hatta. Total responden kuesioner yang disebarakan dalam penelitian ini berjumlah 295 responden. Karena 295 responden tersebut memiliki data lengkap maka data yang diolah adalah sebanyak 295 responden.

4.2 Profil Responden

Berdasarkan hasil dari tabulasi data, dapat dikelompokkan karakteristik responden yang bersedia untuk mengisi kuisisioner didalam penelitian ini yaitu

meliputi : Gender, Jurusan/Prodi, Tahun Angkatan (BP), dan Agama. Berikut ini akan diuraikan profil responden sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel berikut :

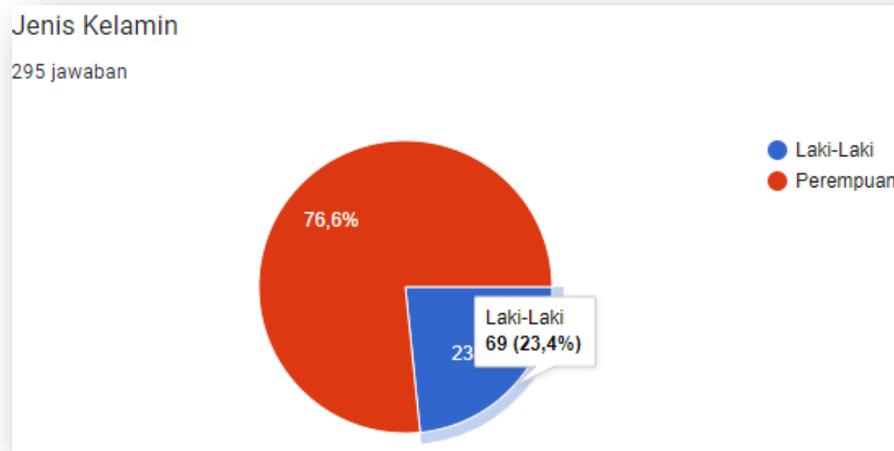
Tabel 4.2.1 : Profil Responden

Demografi	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase %
Jenis Kelamin	Laki-Laki	69	23,4
	Perempuan	226	76,6
	Total	295	100
Jurusan/Prodi	Akuntansi	89	30,2
	Manajemen	147	49,8
	Ekonomi Pembangunan	59	20
	Total	295	100
Bp	18	74	25,1
	19	70	23,7
	20	67	22,7
	21	84	28,5
	Total	295	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

1. Diagram Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.2.1: Jenis Kelamin Mahasiswa Aktif Fakultas FEBI

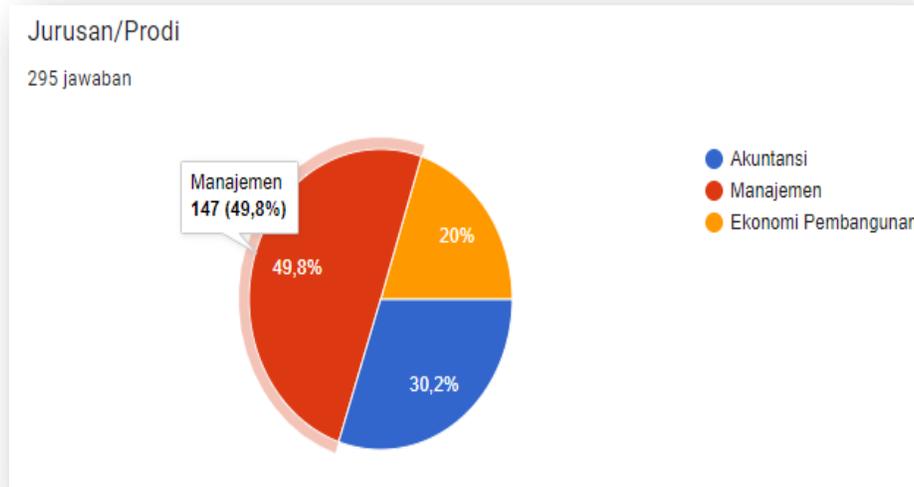


Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari gambar 4.2.1 di atas dapat dilihat bahwa dari 295 responden terbagi pada 2 kategori jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan. Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin, menunjukkan bahwa banyak di dominasi oleh responden perempuan. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada bahwasanya perempuan berjumlah 226 responden dengan persentase (76,6). Sedangkan laki-laki berjumlah 69 responden dengan persentase (23,4). Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna Shopee paling banyak digunakan oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

2. Diagram Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi

Gambar 4.2.2 : Jumlah Responden berdasarkan Jurusan atau Prodi

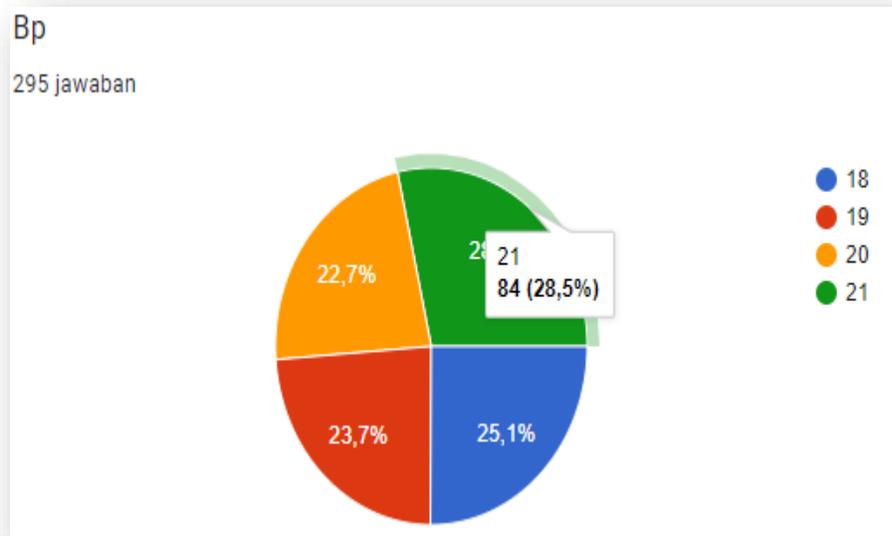


Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari gambar 4.2.2 di atas dapat dilihat bahwa dari 295 responden terbagi pada 3 kategori program studi yaitu akuntansi, manajemen dan Ekonomi Pembangunan. Karakteristik responden berdasarkan Jurusan/Prodi, menunjukkan bahwa banyak didominasi oleh mahasiswa jurusan manajemen. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada bahwasanya mahasiswa jurusan manajemen berjumlah 147 responden dengan persentase (49,8). Sedangkan untuk mahasiswa jurusan Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan berjumlah 89 responden dan 59 responden dengan persentase (30,2 dan 20). Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna Shopee paling banyak digunakan oleh responden atau mahasiswa dari Jurusan Manajemen.

3. Diagram Presentase Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Gambar 4.2.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Angkatan



Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari gambar 4.2.3 di atas dapat dilihat bahwa tahun angkatan dibedakan menjadi 4 kategori yaitu 18, 19, 20, dan 21. Karakteristik responden berdasarkan Tahun Angkatan (BP), menunjukkan bahwa banyak didominasi oleh mahasiswa BP 21. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada bahwasanya mahasiswa BP 21 berjumlah 84 responden dengan presentase (28,5). Sedangkan karakteristik responden terendah yaitu mahasiswa BP 20 yaitu berjumlah 20 responden dengan presentase (22,7). Berdasarkan Tahun Angkatan (Bp) maka dapat disimpulkan bahwa pengguna Shopee paling banyak digunakan oleh mahasiswa dari BP 20.

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menjelaskan setiap karakteristik setiap variabel penelitian. Dengan cara menyajikan data kedalam tabel distribusi frekuensi serta melakukan perhitungan terhadap tingkat capaian responden (TCR). Perhitungan TCR dimaksudkan untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat capaian suatu variabel penelitian yang diukur berdasarkan jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden. Sebelum menghitung TCR, dilakukan perhitungan terhadap skor total dari jawaban responden untuk setiap item pernyataan.

4.3.1 Minat Menggunakan

Minat menggunakan dalam penelitian ini diukur menggunakan 6 item pernyataan dan semua item pernyataan dinyatakan valid. Berikut adalah deskripsi variabel minat menggunakan.

Tabel 4.3.1. : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Menggunakan

No	Item	Kode Item	Rata-Rata	TCR (%)	Ket
1	Setelah mengetahui tentang fintech payment paylater pada Shopee, Saya tertarik untuk menggunakan fintech payment paylater pada Shopee karena terdapat banyak keuntungan yang akan saya dapatkan.	MT1	4,31	86,2	Tinggi
2	Saya akan selalu berusaha menggunakan fintech payment paylater pada Shopee dikeseharian Saya	MT2	4,20	84	Tinggi
3	Saya berencana untuk tetap menggunakan fintech payment	MT3	4,12	82,4	Tinggi

	paylater pada Shopee sesering Mungkin				
4	Saya akan sering menggunakan fintech payment paylater pada Shopee dalam berbelanja dimasa yang akan datang	MT4	4,16	83,2	Tinggi
5	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan fintech payment paylater pada Shopee	MT5	4,15	83	Tinggi
6	Menurut saya, payment paylater pada Shopee layak untuk digunakan di masa depan	MT6	4,35	87	Tinggi
	Rata-Rata		4,21	84,3	Tinggi

Sumber : Data primer diolah,2022

Dapat dilihat pada tabel 4.3.1 bahwa rata-rata skor variabel minat menggunakan sebesar 4,21 dengan TCR 84,3%. Hal ini dapat diartikan bahwa minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee termasuk kedalam kategori tinggi.

Rata-rata skor tertinggi berada pada item pernyataan nomor 6 (MT6) yaitu 4,35 dengan TCR 87%. Hal ini dapat diartikan bahwa responden pengguna Shopee merasa bahwa fintech payment paylater pada Shopee layak untuk digunakan di masa depan. Sementa rata-rata skor terendah berada pada item pernyataan nomor 3 (MT3) yaitu 4,12 dengan TCR 82,4%. Hal ini bermakna bahwa responden pengguna Shopee paylater berencana untuk tetap menggunakan fintech payment paylater pada Shopee sesering Mungkin tergolong dalam kategori tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata keseluruhan variabel minat menggunakan yaitu sebesar 4,21, termasuk kedalam kategori yang tinggi.

4.3.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan dalam penelitian ini diukur menggunakan 7 item pernyataan dan semua item pernyataan dinyatakan valid. Berikut adalah deskripsi variabel literasi keuangan.

Tabel 4.3.2. : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Literasi Keuangan

No	Item	Kode Item	Rata-Rata	TCR (%)	Ket
1	Saya selalu membuat anggaran pribadi agar saya dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi saya	LK1	4,35	87	Baik
2	Fintech payment paylater pada Shopee dapat membantu saya dalam mengelola keuangan saya menjadi lebih efektif	LK2	4,29	85,5	Baik
3	Saya merasa khawatir apabila memiliki pinjaman/hutang	LK3	4,22	84,4	Baik
4	Saya mengetahui cara transaksi keuangan dengan menggunakan fintech payment paylaetr pada Shopee	LK4	4,22	84,4	Baik
5	Saya selalu mampu dalam menyelesaikan pinjaman tepat waktu	LK5	4,29	85,5	Baik
6	Literasi keuangan dapat membantu saya dalam mengambil keputusan keuangan saya	LK6	4,29	85,5	Baik
7	Saya mengetahui bahwa memiliki literasi keuangan yang baik akan berdampak baik pula terhadap pengelolaan keuangan saya	LK7	4,29	85,5	Baik
	Rata-Rata		4,27	85,4	Baik

Sumber : Data primer diolah,2022

Dapat dilihat pada tabel 4.3.2 bahwa rata-rata skor variabel literasi keuangan sebesar 4,27 dengan TCR 85,4%. Hal ini dapat diartikan bahwa literasi keuangan mahasiswa yang menggunakan fintech payment paylater pada Shopee termasuk kedalam kategori baik.

Rata-rata skor tertinggi berada pada item pernyataan nomor 1 (LK1) yaitu 4,35 dengan TCR 87%. Hal ini dapat diartikan bahwa responden pengguna Shopee selalu membuat anggaran pribadi agar dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi mereka. Sementara rata-rata skor terendah berada pada item pernyataan nomor 3 (LK3) dan 4 (LK4) yaitu 4,22 dengan TCR 84,4%. Hal ini bermakna bahwa responden pengguna Shopee paylater merasa khawatir apabila memiliki pinjaman/hutang dan responden pengguna Shopee paylater mengetahui cara transaksi keuangan dengan menggunakan fintech payment paylater pada Shopee tergolong dalam kategori baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata keseluruhan variabel literasi keuangan yaitu sebesar 4,27, termasuk kedalam kategori yang baik.

4.3.3 Kemudahan

Kemudahan dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 item pernyataan dan semua item pernyataan dinyatakan valid. Berikut adalah deskripsi variabel kemudahan.

Tabel 4.3.3. : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan

No	Item	Kode Item	Rata-Rata	TCR (%)	Ket
1	Menurut saya penggunaan fintech payment paylater pada Shopee sangat jelas dan mudah dimengerti	K1	4,28	85,6	Mudah
2	Sangat mudah bagi saya untuk menggunakan fintech payment paylater pada Shopee	K2	4,31	86,2	Mudah
3	Menggunakan fintech payment paylater pada Shopee tidaklah rumit karena mudah untuk memahami setiap tahapannya	K3	4,23	84,6	Mudah
4	Fintech payment paylater pada Shopee dapat memudahkan saya dalam bertransaksi, lebih praktis dan efisien	K4	4,27	85,4	Mudah
5	Sangat mudah untuk menggunakan fintech payment paylater pada Shopee	K5	4,32	86,4	Mudah
	Rata-Rata		4,28	85,6	Mudah

Sumber : Data primer diolah,2022

Dapat dilihat pada tabel 4.3.3 bahwa rata-rata skor variabel minat menggunakan sebesar 4,28 dengan TCR 85,6%. Hal ini dapat diartikan bahwa kemudahan menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee termasuk kedalam kategori mudah.

Rata-rata skor tertinggi berada pada item pernyataan nomor 5 (K5) yaitu 4,32 dengan TCR 86,4%. Hal ini dapat diartikan bahwa responden pengguna Shopee merasa bahwa fintech payment paylater pada Shopee sangat mudah digunakan. Sementa rata-rata skor terendah berada pada item pernyataan nomor 3 (K3) yaitu 4,23

dengan TCR 84,6%. Hal ini bermakna bahwa responden pengguna Shopee paylater merasa bahwa menggunakan fintech payment paylater pada Shopee tidaklah rumit karena mudah untuk memahami setiap tahapannya tergolong dalam kategori mudah. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata keseluruhan variabel kemudahan yaitu sebesar 4,28, termasuk kedalam kategori yang mudah.

4.3.4 Risiko

Risiko dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 item pernyataan dan semua item pernyataan dinyatakan valid. Berikut adalah deskripsi variabel risiko.

Tabel 4.3.4. : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Risiko

No	Item	Kode Item	Rata-Rata	TCR (%)	Ket
1	Risiko terbesar dalam menggunakan fintech payment paylater pada Shopee adalah kehilangan uang	R1	4,31	86,2	Tinggi
2	Menurut saya, Produk yang di pesan menggunakan fintech payment paylater pada Shopee sesuai dengan kebutuhan konsumennya	R2	4,29	85,8	Tinggi
3	saya pernah kecewa ketika menggunakan fintech payment paylater pada Shopee dalam bertransaksi	R3	4,09	81,8	Tinggi
4	Saya merasa menggunakan fintech payment paylater pada Shopee akan Membuat saya ketergantungan	R4	4,21	84,2	Tinggi
5	Saya merasa malu atau dibilang tidak mampu kalau menggunakan fintech payment paylater pada Shopee	R5	4,22	84,4	Tinggi
	Rata-Rata		4,22	84,4	Tinggi

Sumber : Data primer diolah,2022

Dapat dilihat pada tabel 4.3.4 bahwa rata-rata skor variabel risiko sebesar 4,22 dengan TCR 84,4%. Hal ini dapat diartikan bahwa risiko menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee termasuk kedalam kategori tinggi.

Rata-rata skor tertinggi berada pada item pernyataan nomor 1 (R1) yaitu 4,31 dengan TCR 86,2%. Hal ini dapat diartikan bahwa responden pengguna Shopee merasa bahwa risiko terbesar dalam menggunakan fintech payment paylater pada Shopee adalah kehilangan uang. Sementa rata-rata skor terendah berada pada item pernyataan nomor 3 (R3) yaitu 4,09 dengan TCR 81,8%. Hal ini bermakna bahwa responden pengguna Shopee paylate merasa pernah kecewa ketika menggunakan fintech payment paylater pada Shopee dalam bertransaksi tergolong dalam kategori tinggi. Jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata keseluruhan variabel kemudahan yaitu sebesar 4,22, termasuk kedalam kategori yang tinggi.

4.4 Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. Validitas item dilihat dari nilai muatan faktor, dimana pada penelitian ini standar nilai muatan faktornya adalah 0,30 itu dikarenakan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 295 orang. Validitas konstruk merupakan takaran yang memastikan bahwa item-item pengukuran secara aktual mempresentasikan konstruk hipotesis yang diukur melalui sejumlah elemen/item pertanyaan (Dharma, 2020). Teknik yang lazim digunakan untuk hal tersebut adalah Analisis Faktor Konfirmatory/AFK (*confirmatory*

factor analysis/CFA). parameter pengujian validitas AFK adalah dengan mencocokkan muatan factor dengan matriks yang berbentuk agar dapat dilihat sejauh mana kesesuaian (fit)nya antara muatan factor data dengan model (Dharma, 2020). Hair (2010) mengemukakan kriteria muatan faktor berdasarkan jumlah sampel.

Tabel 4.3.4.1 : Kriteria Muatan Faktor Berdasarkan Jumlah Sampel

Muatan Faktor (λ)	Jumlah Sampel
0,30	350
0,35	250
0,40	200
0,45	150
0,50	120
0,55	100
0,60	85
0,65	70
0,70	60
0,75	50

Sumber: Dharma (2020)

4.4.1 Minat Menggunakan

Minat menggunakan berperan sebagai variabel dependen yang diukur dengan 3 indikator, dimana ketiga indikator tersebut diukur dengan menggunakan 6 item pernyataan. Hasil uji validitas untuk variabel minat menggunakan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.4.1. : Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan

No	Pernyataan	Kode	Muatan Faktor	Ket
1	Setelah mengetahui tentang fintech payment paylater pada Shopee, Saya tertarik untuk menggunakan fintech payment paylater pada Shopee karena terdapat banyak keuntungan yang akan saya dapatkan.	MT1	0,5075	Valid
2	Saya akan selalu berusaha menggunakan fintech payment paylater pada Shopee dikeseharian Saya	MT2	0,6230	Valid
3	Saya berencana untuk tetap menggunakan fintech payment paylater pada Shopee sesering Mungkin	MT3	0,7246	Valid
4	Saya akan sering menggunakan payment paylater pada Shopee dalam berbelanja dimasa yang akan datang	MT4	0,7249	Valid
5	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan payment paylater pada Shopee	MT5	0,7173	Valid
6	Menurut saya, payment paylater pada Shopee layak untuk digunakan di masa depan	MT6	0,5307	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari tabel 4.4.1 diatas dapat dilihat bahwa semua pernyataan atau item dapat mewakili masing-masing indikator. Hal itu dikarenakan seluruh item pernyataan pada variabel minat menggunakan memiliki nilai muatan faktor besar dari standar muatan faktor yaitu 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa 6 item pernyataan adalah valid. Pada tabel 4.7 dapat kita lihat variabel minat menggunakan pada item MT3 merupakan nilai pengukuran yang paling kuat karena memiliki nilai muatan faktor

sebesar 0,7246. Sedangkan untuk nilai pengukuran paling rendah pada variabel minat menggunakan adalah item MT1 karena memiliki nilai muatan faktor sebesar 0,5075.

4.4.2 Literasi Keuangan

Literasi Keuangan berperan sebagai variabel bebas pertama yang diukur dengan 5 indikator, dimana kelima indikator tersebut diukur dengan menggunakan 7 item pernyataan. Hasil uji validitas untuk variabel literasi keuangan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.4.2. : Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Tahap 1

No	Pernyataan	Kode	Muatan Faktor	Ket
1	Saya selalu membuat anggaran pribadi agar saya dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi saya	LK1	0,5411	Valid
2	Fintech payment paylater pada Shopee dapat membantu saya dalam mengelola keuangan saya menjadi lebih efektif	LK2	0,5027	Valid
3	Saya merasa khawatir apabila memiliki pinjaman/hutang	LK3	0,4693	Valid
4	Saya mengetahui cara transaksi keuangan dengan menggunakan fintech payment paylaetr pada Shopee	LK4	0,6121	Valid
5	Saya selalu mampu dalam menyelesaikan pinjaman tepat waktu	LK5	0,4834	Valid
6	Literasi keuangan dapat membantu saya dalam mengambil keputusan keuangan saya	LK6	0,5970	Valid
7	Saya mengetahui bahwa memiliki literasi keuangan yang baik akan berdampak baik pula terhadap pengelolaan keuangan saya	LK7	0,5545	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari tabel 4.4.2 diatas dapat dilihat bahwa semua pernyataan atau item dapat mewakili masing-masing indikator. Hal itu dikarenakan seluruh item pernyataan pada variabel literasi keuangan memiliki nilai muatan faktor besar dari standar muatan faktor yaitu 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa 7 item pernyataan adalah valid.

Pada tabel 4.8 dapat kita lihat variabel literasi keuangan pada item LK4 merupakan

nilai pengukuran yang paling kuat karena memiliki nilai muatan faktor sebesar 0,6121. Sedangkan untuk nilai pengukuran paling rendah pada variabel literasi keuangan adalah item LK3 karena memiliki nilai muatan faktor sebesar 0,4693.

4.4.3 Kemudahan

Kemudahan berperan sebagai variabel bebas kedua yang diukur dengan 4 indikator, dimana keempat indikator tersebut diukur dengan menggunakan 5 item pernyataan. Hasil uji validitas untuk variabel kemudahan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4.3. :Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan

No	Pernyataan	Kode	Muatan Faktor	Ket
1	Menurut saya penggunaan layanan payment paylater pada Shopee sangat jelas dan mudah dimengerti	K1	0,5075	Valid
2	Sangat mudah bagi saya untuk menggunakan layanan payment paylater pada Shopee	K2	0,5248	Valid
3	Menggunakan layanan payment paylater pada Shopee tidaklah rumit karena mudah untuk memahami setiap tahapannya	K3	0,5450	Valid
4	Layanan payment paylater pada Shopee dapat memudahkan saya dalam bertransaksi, lebih praktis dan efisien	K4	0,5525	Valid
5	Sangat mudah untuk menggunakan layanan payment paylater pada Shopee	K5	0,5555	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari tabel 4.4.3 diatas dapat dilihat bahwa semua pernyataan atau item dapat mewakili masing-masing indikator. Hal itu dikarenakan seluruh item pernyataan pada variable kemudahan memiliki nilai muatan faktor besar dari standar muatan faktor yaitu 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa 5 item pernyataan adalah valid. Pada

tabel 4.9 dapat kita lihat variabel kemudahan pada item K5 merupakan nilai pengukuran yang paling kuat karena memiliki nilai muatan faktor sebesar 0,5555. Sedangkan untuk nilai pengukuran paling rendah pada variabel kemudahan adalah item K1 karena memiliki nilai muatan faktor sebesar 0,5075.

4.4.4 Risiko

Risiko berperan sebagai variabel bebas ketiga yang diukur dengan 5 indikator, dimana kelima indikator tersebut diukur dengan menggunakan 5 item pernyataan. Hasil uji validitas untuk variabel risiko dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.4.4. : Hasil Uji Validitas Variabel Risiko

No	Pernyataan	Kode	Muatan Faktor	Ket
1	Risiko terbesar dalam menggunakan layanan payment paylater pada Shopee adalah kehilangan uang	R1	0,4654	Valid
2	Menurut saya, Produk yang di pesan menggunakan layanan payment paylater pada Shopee sesuai dengan kebutuhan konsumennya	R2	0,3463	Valid
3	saya pernah kecewa ketika menggunakan layanan payment paylater pada Shopee dalam bertransaksi	R3	0,5461	Valid
4	Saya merasa menggunakan layanan payment paylater pada Shopee akan Membuat saya ketergantungan	R4	0,4853	Valid
5	Saya merasa malu atau dibilang tidak mampu kalau menggunakan layanan payment paylater pada Shopee	R5	0,6922	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dari tabel 4.4.4 diatas dapat dilihat bahwa semua pernyataan atau item dapat mewakili masing-masing indikator. Hal itu dikarenakan seluruh item pernyataan pada variabel kemudahan memiliki nilai muatan faktor besar dari standar muatan faktor

yaitu 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa 5 item pernyataan adalah valid. Pada tabel 4.10 dapat kita lihat variabel risiko pada item R5 merupakan nilai pengukuran yang paling kuat karena memiliki nilai muatan faktor sebesar 0,6922. Sedangkan untuk nilai pengukuran paling rendah pada variabel risiko adalah item R2 karena memiliki nilai muatan faktor sebesar 0,3463.

4.5 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel jika jawaban terhadap pernyataan selalu konsisten. Koefisien reliabilitas instrumen dilakukan untuk melihat konsistensi jawaban dari butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden, dimana perhitungan yang digunakan menggunakan program STATA 12. Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4.4 : Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
1	Minat Menggunakan	0,7731	Reliabel
2	Literasi Keuangan	0,7230	Reliabel
3	Kemudahan	0,7073	Reliabel
4	Risiko	0,6924	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 4.4.5 uji reliabilitas terhadap item pernyataan yang dinyatakan reliabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika jawaban terhadap

pernyataan selalu konsisten. Menurut Amir (2015) koefisien alfa 0,7 diperlukan untuk sebuah skala yang sudah mapan dan dianggap stabil, sedangkan koefisien 0,60 dianggap cukup memadai. Hasil cronbach's alpha untuk variabel risiko dianggap cukup memadai atau cukup handal karena nilai alpha nya 0,6924. Sedangkan untuk variabel minat menggunakan, literasi keuangan, dan kemudahan sudah memiliki keandalan yang baik karena nilai alpha nya yang sudah lebih besar dari 0,7.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Gambar 4.6.1 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda

```
regress totalmt totalk totalr
```

Source	SS	df	MS			
Model	1332.40877	3	444.136256	Number of obs =	295	
Residual	1442.35055	291	4.95653111	F(3, 291) =	89.61	
Total	2774.75932	294	9.43795688	Prob > F =	0.0000	
				R-squared =	0.4802	
				Adj R-squared =	0.4748	
				Root MSE =	2.2263	

totalmt	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
totalk	.1026488	.0501115	2.05	0.041	.0040219	.2012756
totalr	.3343334	.071874	4.65	0.000	.1928746	.4757923
totalr	.6368851	.0632406	10.07	0.000	.512418	.7613521
_cons	1.618074	1.569208	1.03	0.303	-1.470363	4.70651

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Pada Gambar 4.6.1 dapat diperoleh dalam penelitian ini model regresinya yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$\text{Minat menggunakan} = 1,6180 + 0,1026 (\text{Literasi Keuangan}) + 0,3343 (\text{Kemudahan}) + 0,6368 (\text{Risiko}) + e$$

4.6.2 Uji Hipotesis

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Coefisien dan nilai P-Values. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai P-Values $< 0,05$ (Yurindera, 2020). Pada Gambar 4.6.1 ditunjukkan hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini melalui model regresi yaitu sebagai berikut :

Variabel literasi keuangan memiliki pengaruh positif (coef : 0,1026488) dengan nilai signifikansi $P>|T|$ 0,041 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H1 yang menyatakan “literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech paylater* pada Shopee” terbukti

Variabel kemudahan memiliki pengaruh positif (coef : 0,3343334) dengan nilai signifikansi $P>|T|$ 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H2 yang menyatakan “kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech paylater* pada Shopee” terbukti

Variabel risiko memiliki pengaruh positif (coef : 0,6368851) dengan nilai signifikansi $P>|T|$ 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H3 yang menyatakan “risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech paylater* pada Shopee” terbukti

4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan gambar 4.6.1 diatas dapat dilihat bahwa variasi dari minat menggunakan mampu dijelaskan sebanyak 48,02% oleh variasi literasi keuangan, kemudahan dan risiko. Sisanya 51,98 % dijelaskan oleh variasi variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model ini.

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengungkapkan bahwa variabel literasi keuangan memperoleh rata-rata skor sebesar 4,29 dengan TCR 85,8%, dapat diartikan bahwa responden menganggap minat menggunakan fintech payment paylater pada Shopee termasuk kategori baik. Sementara minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee baik. Hal ini dibuktikan diperolehnya rata-rata skor variabel minat menggunakan 4,21 dengan TCR 84,3%. Hal ini dapat diartikan bahwa keputusan pembelian pada smartphone Iphone di kota Padang termasuk belum dapat dikatakan tinggi.

Hasil pengujian hipotesis terkait pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee menemukan dimana literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee. Hal ini terbukti dengan diperolehnya nilai koefisien regresi

bertanda positif dengan tingkat signifikan $0,041 < 0,05$, yang berarti hipotesis pertama dari penelitian ini diterima. Hal tersebut bermakna bahwa apabila semakin tinggi literasi keuangan maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee. Jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan yang tinggi dapat mempengaruhi minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah Mudrikah (2021) yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk fintech.

4.7.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengungkapkan bahwa variabel kemudahan memperoleh rata-rata skor sebesar 4,28 dengan TCR 85,6%, dapat diartikan bahwa responden menganggap kemudahan dalam minat menggunakan fintech payment paylater pada Shopee termasuk kategori baik. Sementara minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee tergolong baik. Hal ini dibuktikan diperolehnya rata-rata skor variabel minat menggunakan 4,21 dengan TCR 84,3%. Hal ini dapat diartikan bahwa minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee termasuk kategori baik.

Hasil pengujian hipotesis terkait pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee menemukan dimana kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee. Hal ini terbukti dengan diperolehnya nilai koefisien regresi bertanda positif dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis kedua dari penelitian ini diterima. Hal tersebut bermakna bahwa apabila semakin tinggi kemudahan maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemudahan yang tinggi dapat mempengaruhi minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Laksana (2015), Joan dan Sitinjak (2019), Romadloniyah dan Prayitno (2018), dan Witami dan Suartana (2019), menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Penelitian Harlan Dwimastia (2014) menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan e-banking. Sedangkan, variabel risiko menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan e-banking. Sedangkan, menurut penelitian Muhammad Wildan (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas serta risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan Fintech.

4.7.3 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengungkapkan bahwa variabel risiko memperoleh rata-rata skor sebesar 4,22 dengan TCR 84,4%, dapat diartikan bahwa responden menganggap risiko dalam minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee termasuk kategori baik. Sementara minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee tergolong baik. Hal ini dibuktikan diperolehnya rata-rata skor variabel minat menggunakan 4,21 dengan TCR 84,3%. Hal ini dapat diartikan bahwa minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee termasuk kategori baik.

Hasil pengujian hipotesis terkait pengaruh risiko terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee menemukan dimana risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee. Hal ini terbukti dengan diperolehnya nilai koefisien regresi bertanda positif dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis ketiga dari penelitian ini diterima. Hal tersebut bermakna bahwa apabila semakin tinggi risiko maka akan mengakibatkan semakin tinggi pula minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee. Jadi dapat disimpulkan bahwa risiko yang tinggi dapat mempengaruhi minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Wildan (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas serta risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi

menggunakan Fintech. Selanjutnya, penelitian Oktafalia Marisa (2020) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari risiko terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan Financial Technology.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat di kemukakan kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee.
2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee.
3. Risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee.

5.1.1 Implikasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi implikasi praktis dan pedoman serta masukan bagi perusahaan Shopee. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee tergolong kedalam kategori tinggi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan minat konsumen agar lebih tinggi lagi diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee

dimasa yang akan datang. Tindakan yang dapat dilakukan oleh perusahaan Shopee sebagai upaya untuk meningkatkan minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee dengan cara memperhatikan dan meningkatkan item di TCR minat menggunakan yang rendah, Misalnya pihak Shopee hendaknya berupaya melakukan hal-hal yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk mengajak orang lain menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan hasil analisis keseluruhan yang telah dilakukan penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Pada penelitian ini peneliti sebelumnya menggunakan sampel sebanyak 295 responden, untuk penelitian selanjutnya ada baiknya ditambahkan lagi agar penelitiannya semakin bagus.
- b. Peneliti menggunakan STATA dalam pengolahan data, disarankan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti agar menggunakan PLS.
- c. Pada penelitian ini teknik penarikan sampel menggunakan teknik *probabilistic sampling*, ada baiknya peneliti selanjutnya menggunakan teknik penarikan sampel nya menggunakan *purposive sampling*.
- d. Kriteria khusus sebagai syarat populasi yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya ada berdasarkan jenis kelamin, jurusan, dan

tahun angkatan. Untuk peneliti selanjutnya ada baiknya ditambahkan lagi kriteria responden seperti lama waktu penggunaan, tujuan menggunakan *paylater*, pekerjaan, usia, sumber penghasilan dan lainnya.

- e. Bagi peneliti selanjutnya, alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati. Dengan menambahkan beberapa variabel yang cocok, dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

2. Bagi perusahaan

Dengan adanya hasil penelitian dari variabel pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee, diharapkan perusahaan lebih meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan shopee sehingga dapat meningkatkan minat pengguna.

Pada hasil penelitian dari variabel kemudahan, perusahaan harus dapat menjaga kualitas dan layanan terhadap pengguna.

Kemudian untuk variabel risiko menggunakan *fintech payment paylater*, diharapkan agar perusahaan mampu meyakinkan konsumen agar berhati-hati akan kejahatan cyber.

5.3 Keterbatasan

Penelitian ini hanya meneliti dari variabel literasi keuangan, kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan *fintech payment (paylater)* pada Shopee,

sedangkan seharusnya masih ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee.

Pada penelitian ini teknik penarikan sampel menggunakan *stratified random sampling*, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Kriteria khusus sebagai syarat populasi yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya ada kriteria berdasarkan jenis kelamin, jurusan, dan tahun angkatan. Untuk peneliti selanjutnya ada baiknya ditambahkan lagi kriteria responden seperti mahasiswa semester 8, memiliki usaha minimal 6 bulan, lama waktu penggunaan, tujuan menggunakan, pekerjaan, usia, sumber penghasilan dan kriteria lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Rakyat. 2020. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)*, Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Raden Fatah Palembang.
- Ariani M, Zulhawati. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Line Pay. Prosiding Conference on Management and Behavioral Studies
- Arianti, B.F dan Khoirunnisa A. 2020. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan: Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan*”. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. (Online), Vol.9, No.2, (<https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/download/2635/2069/>)
- Arifudin, Opan, dkk. 2020. *Manajemen Resiko*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asja, , Santi Susanti dan Achmad Fauzi. 2021. *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta*. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*. (Online), Vol. 2, No. 4, (<https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>).
- Aulia, Zulkarnaini, dan Early Ridho Kismawadi. 2020. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengajukan Kredit di Financial Technology (Fintech)*. *Jurnal Investasi Islam*. (Online), Vol. 5, No. 2, (<https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jii/article/view/2391>).
- Chen, H & Volpe, RP. 1998. “An Analysis of Personal Financial Literacy among College Students.” *Financial Services Review*, 7(2), 107-128.
- Cipta.
- Databoks. 2021. *Layanan Paylater Paling Sering Digunakan pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/Shopee-paylater-layanan-paylater-paling-banyak-digunakan-pada-2021> .

- 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>
- Dharma, Surya. 2020. *Praktikum Analisis Statistika Dengan STATA 12 12*. Padang: In Media
- DSResearch. (2020). *Indonesia Fintech Report 2020*. 43400. <https://fintechnews.sg/wp-content/uploads/2020/12/Fintech-Indonesia-Report-2020.pdf> .
- Eddie. 2002. *Managing Banking Risk*. Cornwall, England. TJ International Ltd.
- Fajar, G. (2020). Akun Shopee dihack untuk Belanja pakai Shopee Paylater. Infoperbankan.Com.
- Harlan, Dwimastia. 2014. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Risiko Persepsi Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada Umkm Di Kota Yogyakarta*. Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan, Fakultas ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Iprice. (2020). *Map of E-commerce 2020 Year-End Report*. www.iprice.com.id .
- Irawan, Dwi dan M. Wildan A. 2020. *Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech*. *Jurnal Kajian Akuntansi*. (On), Vol.4, No.1, (<http://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jka/article/view/3322/2049>).
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). *Analisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan kredibilitas terhadap minat penggunaan berulang internet banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening (studi empiris: nasabah layanan internet banking di Indonesia)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Joan, L., dan Sitinjak, T. 2019. *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat menggunakan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay*. *Jurnal Manajemen*, Vol.8, No.2.
- Krempel, E., & Beyerer, J. (2014). TAM-VS: A *technology acceptance model for video surveillance*. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 8450 LNCS, 86–100. https://doi.org/10.1007/978-3-319-06749-0_6
- Laksana, G., Astuti, E. S., dan Dewantara, R. Y. 2015. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi*

- Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah).* Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya, Vol.26, No.2, 86309.
- Latifiana, Dwi. *Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM).* (Online), (<https://media.neliti.com/media/publications/173134-ID-studi-literasi-keuangan-pengelola-usaha.pdf>).
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Manurung, Jonni dan Adler H. Manurung, 2009. *Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Moneter*. Jakarta: Salemba Empat
- Marbun, Eunike Maretta. 2016. *Analisis Perbedaan Tingkat Financial Literacy Dan Financial Behavior Mahasiswa Baru Universitas Sumatera Utara*. Skripsi Sarjana Tidal Diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan.
- Marisa, Oktafalia. 2020. *Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology*. Jurnal Administrasi Kantor. (Online), Vol.8, No.2, (<https://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241/>).
- Maulani, Septi. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan*. Skripsi Sarjana tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Mudrikah, Azizah. 2021. *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat menggunakan Produk Finansial Teknologi Pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara*. *Jurnal Ekonomi-Teknik*. (Online), Vol.1, Issue 2, (<https://etnik.rifainstitute.com/index.php/etnik/article/download/23/22>).
- Mulyana, Y.F. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online (Studi Pada Toko Online OLX.Co.Id)*. Skripsi Sarjana tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nizar, Muhammad. (2020). *Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia*. 5.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. *Statistik Fintech Lending Periode Maret 2021*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Maret-2021.aspx>.

- Pardede, Ratlan. Manurung, Renhard. 2014. "Analisis Jalur". Jakarta : Rineka
- Pavlou PA. 2010. Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal of Electronic Commerce*. 7 (3): 69-103.
- Pratika, dkk 2020. *Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia*. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*. (Online),
- PT. Lentera Dana Nusantara. 2020. *Statistik Lentera Dana Nusantara : Data pada Q4 2020*.
- PT. Lentera Dana Nusantara. 2021. *Statistik Lentera Dana Nusantara*. <https://www.lenteradana.co.id/lender/statistic> .
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rahardyan, Tjakraatmadja, J. H., & Ghazali, A., (2021). Increasing resident participation in waste management through intrinsic factors cultivation. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 7(2), 287-316.
- Rahim H. 2017. Analisis Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Pengguna Paytren Pada PT. Veritra Sentosa Internasional. Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia. *Jurnal EKOBISTEK. Fakultas Ekonomi*. 6(2).
- Romadloniyah, dkk. 2018. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank BRI Lamongan*. *Jurnal Akuntansi*. (Online), Vol.3, No.3, (<https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>)
- Shopee. (2020-Bagaimana-cara-mengaktifkan-SPayLater ([Shopee.co.id/portal/article/72939-SPayLater](https://shopee.co.id/portal/article/72939-SPayLater)))
- Sidabutar, I.C. 2020. *Pengaruh Kepuasan Pengguna Fitur Shopee Paylater Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Skripsi Sarjana Tidak Diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Simajuntak, Yuriko. 2019. *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Mahasiswa Di Sumatera Utara*. Skripsi Sarjana tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan.

- Sugiyanto. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta, Cv. Ban
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
- Venkatesh, V., & Davis, D (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies information systems research 46(2), 186-204
- Vol. 23, No. 3, (<https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jebav/article/view/2343/pdf>).
- Wildan, Muhammad. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)*. Skripsi Sarjana tidak diterbitkan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Witami, dkk. 2019. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Blockchain*. Jurnal Akuntansi. (Online), Vol. 28, No. 2, (<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i02.p21>)
- Zhang, T., Shen, D., Zheng, S., Liu, Z., Qu, X., & Tao, D. (2020). Predicting unsafe behaviors at nuclear power plants: An integration of Theory of Planned Behavior and Technology Acceptance Model. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 80(October), 103047. <https://doi.org/10.1016/j.ergon.2020.103047>

LAMPIRAN I

KUISIONER PENELITIAN

Kuisioner Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee

Nama Lengkap :.....

Berilah tanda (✓) untuk setiap pernyataan ini sesuai data diri anda.

Jenis Kelamin :	Jurusan/Prodi :	Bp :
<input type="checkbox"/> Laki-Laki	<input type="checkbox"/> Ekonomi Pembangunan	<input type="checkbox"/> 18
<input type="checkbox"/> Perempuan	<input type="checkbox"/> Manajemen	<input type="checkbox"/> 19
	<input type="checkbox"/> Akuntansi	<input type="checkbox"/> 20
		<input type="checkbox"/> 21

Keterangan cara pengisian :

Berilah tanda (✓) untuk setiap pernyataan ini sesuai dengan kenyataan.

Berikut tanggapan atas pernyataan berikut pada pilihan jawaban yang telah disediakan dengan kriteria sebagai berikut:

- | | | |
|-----------------|-----------------|------------------|
| 1. Sangat Tidak | 2. Tidak Setuju | 3. Cukup Setuju |
| | 4. Setuju | 5. Sangat Setuju |

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
Minat Menggunakan						
1.	Setelah mengetahui tentang fintech payment paylater pada shopee, Saya tertarik untuk menggunakan fintech payment paylater pada shopee karena terdapat banyak keuntungan yang akan saya dapatkan.					
2.	Saya akan selalu berusaha menggunakan fintech payment paylater pada shopee dikeseharian Saya					
3.	Saya berencana untuk tetap menggunakan fintech payment paylater pada shopee sesering Mungkin					
4.	Saya akan sering menggunakan payment paylater pada shopee dalam berbelanja dimasa yang akan datang					
5.	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan payment paylater pada shopee					
6.	Menurut saya, payment paylater pada shopee layak untuk digunakan di masa depan					
Literasi Keuangan						
1.	Saya selalu membuat anggaran pribadi agar saya dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi saya					
2.	Fintech payment paylater pada shopee dapat membantu saya dalam mengelola keuangan saya menjadi lebih efektif					
3.	Saya merasa khawatir apabila memiliki pinjaman/hutang					
4.	Saya mengetahui cara transaksi keuangan dengan menggunakan fintech payment paylater pada shopee					
5.	Saya selalu mampu dalam menyelesaikan pinjaman tepat waktu					
6.	Literasi keuangan dapat membantu saya dalam mengambil keputusan keuangan saya					
7.	Saya mengetahui bahwa memiliki literasi keuangan yang baik akan berdampak baik pula terhadap pengelolaan keuangan saya					
Risiko						
1.	Risiko terbesar dalam menggunakan layanan payment paylater pada shopee adalah kehilangan					

	uang					
2.	Menurut saya, Produk yang di pesan menggunakan layanan payment paylater pada shopee sesuai dengan kebutuhan konsumennya					
3.	saya pernah kecewa ketika menggunakan layanan payment paylater pada shopee dalam bertransaksi					
4.	Saya merasa menggunakan layanan payment paylater pada shopee akan Membuat saya ketergantungan					
5.	Saya merasa malu atau dibilang tidak mampu kalau menggunakan layanan payment paylater pada shopee					
Persepsi Kemudahan						
1.	Menurut saya penggunaan layanan payment paylater pada shopee sangat jelas dan mudah dimengerti					
2.	Sangat mudah bagi saya untuk menggunakan layanan payment paylater pada shopee					
3.	Menggunakan layanan payment paylater pada shopee tidaklah rumit karena mudah untuk memahami setiap tahapannya					
4.	Layanan payment paylater pada shopee dapat memudahkan saya dalam bertransaksi, lebih praktis dan efisien					
5.	Sangat mudah untuk menggunakan layanan payment paylater pada shopee					

LAMPIRAN II

OLAHAN DATA

Factor analysis/correlation
 Method: iterated principal factors
 Rotation: (unrotated)

Number of obs = 295
 Retained factors = 1
 Number of params = 7

Factor	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Factor1	2.03800	1.72620	1.0000	1.0000
Factor2	0.31179	0.27255	0.1530	1.1530
Factor3	0.03924	0.00783	0.0193	1.1723
Factor4	0.03141	0.10897	0.0154	1.1877
Factor5	-0.07756	0.02792	-0.0381	1.1496
Factor6	-0.10548	0.09394	-0.0518	1.0979
Factor7	-0.19942	.	-0.0979	1.0000

LR test: independent vs. saturated: $\chi^2(21) = 352.76$ Prob> $\chi^2 = 0.0000$

Factor loadings (pattern matrix) and unique variances

Variable	Factor1	Uniqueness
lk1	0.5411	0.7072
lk2	0.5027	0.7472
lk3	0.4693	0.7797
lk4	0.6121	0.6254
lk5	0.4834	0.7664
lk6	0.5970	0.6436
lk7	0.5545	0.6925

. factor k1 k2 k3 k4 k5, ipf factors(1)
 (obs=295)

Factor analysis/correlation
 Method: iterated principal factors
 Rotation: (unrotated)

Number of obs = 295
 Retained factors = 1
 Number of params = 5

Factor	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Factor1	1.44378	1.32165	1.0000	1.0000
Factor2	0.12213	0.05258	0.0846	1.0846
Factor3	0.06955	0.13304	0.0482	1.1328
Factor4	-0.06349	0.06474	-0.0440	1.0888
Factor5	-0.12823	.	-0.0888	1.0000

LR test: independent vs. saturated: $\chi^2(10) = 185.78$ Prob> $\chi^2 = 0.0000$

Factor loadings (pattern matrix) and unique variances

Variable	Factor1	Uniqueness
k1	0.5075	0.7425
k2	0.5248	0.7246
k3	0.5450	0.7030
k4	0.5525	0.6947
k5	0.5555	0.6915

```

. factor r1 r2 r3 r4 r5, ipf factors(1)
(obs=295)

Factor analysis/correlation                               Number of obs =      295
Method: iterated principal factors                       Retained factors =    1
Rotation: (unrotated)                                  Number of params =    5

```

Factor	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Factor1	1.34947	1.21513	1.0000	1.0000
Factor2	0.13434	0.03785	0.0996	1.0996
Factor3	0.09648	0.18305	0.0715	1.1711
Factor4	-0.08656	0.05772	-0.0641	1.1069
Factor5	-0.14428	.	-0.1069	1.0000

LR test: independent vs. saturated: chi2(10) = 168.95 Prob>chi2 = 0.0000

Factor loadings (pattern matrix) and unique variances

Variable	Factor1	Uniqueness
r1	0.4654	0.7834
r2	0.3463	0.8801
r3	0.5461	0.7018
r4	0.4853	0.7644
r5	0.6922	0.5208

```

Factor analysis/correlation                               Number of obs =      295
Method: iterated principal factors                       Retained factors =    1
Rotation: (unrotated)                                  Number of params =    6

```

Factor	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Factor1	2.49224	2.32594	1.0000	1.0000
Factor2	0.16629	0.14213	0.0667	1.0667
Factor3	0.02416	0.04196	0.0097	1.0764
Factor4	-0.01780	0.01916	-0.0071	1.0693
Factor5	-0.03695	0.09878	-0.0148	1.0545
Factor6	-0.13573	.	-0.0545	1.0000

LR test: independent vs. saturated: chi2(15) = 484.49 Prob>chi2 = 0.0000

Factor loadings (pattern matrix) and unique variances

Variable	Factor1	Uniqueness
mt1	0.5075	0.7425
mt2	0.6230	0.6119
mt3	0.7246	0.4750
mt4	0.7249	0.4745
mt5	0.7173	0.4855
mt6	0.5307	0.7184

```

. alpha totalk totalk totalr totalmt, label

Test scale = mean(unstandardized items)

Average interitem covariance:      3.388695
Number of items in the scale:      4
Scale reliability coefficient:      0.7781

```

```
. regress totalmt totalkk totalk totalr
```

Source	SS	df	MS
Model	1332.40877	3	444.136256
Residual	1442.35055	291	4.95653111
Total	2774.75932	294	9.43795688

```
Number of obs = 295
F( 3, 291) = 89.61
Prob > F = 0.0000
R-squared = 0.4802
Adj R-squared = 0.4748
Root MSE = 2.2263
```

totalmt	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
totalkk	.1026488	.0501115	2.05	0.041	.0040219 .2012756
totalk	.3343334	.071874	4.65	0.000	.1928746 .4757923
totalr	.6368851	.0632406	10.07	0.000	.512418 .7613521
_cons	1.618074	1.569208	1.03	0.303	-1.470363 4.70651