

BAB 1

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teori

1.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori *Technology Acceptance Model* adalah teori yang diciptakan Davis (1989) dan dipublikasikan di jurnal *MIS Quarterly*. Teori ini menjelaskan mengapa individu bersedia menerima dan mengaplikasikan suatu teknologi. Menurut teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dirumuskan oleh Davis, persepsi kegunaan serta persepsi kemudahan penggunaan menjadi dua faktor dominan yang berdampak kepada niat perilaku pengguna untuk mengadopsi teknologi (Widyaningrum & Theotista, 2023). Teori TAM muncul dari kebutuhan akan alat ukur yang valid untuk memperkirakan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi, mengingat banyak metode pengukuran subjektif yang sebelumnya digunakan tidak terverifikasi dan hubungannya dengan perilaku penggunaan sistem tidak sepenuhnya jelas (Medina et al., 2024).

Teori ini lebih dikenal dengan teori tentang penerimaan penggunaan aplikasi (TAM) yang memiliki empat elemen (Nurfaidzi1 et al., 2023), yaitu:

1. *Perceived Usefulness*, yakni sejauh mana individu meyakini bahwa pemanfaatan suatu istem maupun teknologi tertentu mampu mengoptimalkan produktivitas kinerja dan capaian kerjanya mereka.
2. *Perceived Ease of Use*, yaitu tingkat keyakinan seseorang bahwa pemanfaatan suatu teknologi tidak membutuhkan usaha yang besar atau terbebas dari kesulitan.
3. *Attitude to Using*, sikap terhadap penggunaan, yakni bagaimana respons emosional pengguna terhadap teknologi yang dimaksud, baik suka maupun tidak suka, sebelum memutuskan untuk menggunakannya.
4. *Actual System Use*, penggunaan sistem sesungguhnya menyatakan kondisi nyata di mana seseorang benar-benar memanfaatkan suatu sistem tersebut dalam kehidupan mereka.

Relevansi TAM pada penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk menjelaskan mengapa seseorang tertarik menggunakan layanan keuangan berbasis

teknologi seperti Shopee *PayLater*. TAM menyatakan bahwa persepsi kegunaan menggambarkan tingkat keyakinan individu bahwa suatu sistem mampu mendorong peningkatan kinerjanya, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan merefleksikan sejauh mana seseorang meyakini sistem tersebut dapat dioperasikan tanpa membutuhkan upaya yang besar. Kedua konstruk ini relevan secara langsung berdampak minat mahasiswa dalam menggunakan Shopee *PayLater* dimana semakin mudah bagi calon pengguna untuk memahami alur penggunaan mulai dari pendaftaran dan aktivasi limit hingga mekanisme pembayaran, semakin tinggi minat mereka untuk mengintegrasikan layanan ini ke dalam aktivitas belanja sehari-hari mereka.

1.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori yang ditemukan oleh Ajzen (1991) yang berfokus untuk menguraikan bagaimana keinginan yang dapat diramalkan bagaimana perilaku sebenarnya. Teori ini berlandaskan pada anggapan bahwa individu pada umumnya berperan dimana pandangan, norma, kontrol perilaku subjektif yang memengaruhi minat, dan apakah minat dan kontrol perilaku yang dirasakan memengaruhi tindakan (Steven et al., 2023). Dalam teori ini menjelaskan niat perilaku yang dimiliki seseorang dipengaruhi oleh berbagai elemen (Amelia et al., 2022), yakni :

1. *Attitude Toward the Behavior*, yaitu tingkat penilaian individu, baik yang mendukung maupun menolak, terhadap perilaku yang dimaksud.
2. *Subjective Norm*, faktor sosial yang berhubungan dengan persepsi tekanan dari lingkungan sosial dalam melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan.
3. *Perceived Behavioral Control*, yang berkaitan dengan persepsi seberapa mudah atau sulitnya melaksanakan suatu perilaku, yang diduga mencerminkan pengalaman terdahulu beserta hambatan-hambatan yang diantisipasi.

Dalam penelitian ini, TPB digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan dampak literasi keuangan dan gaya hidup terhadap kecenderungan menggunakan layanan Shopee *PayLater*. Wawasan yang baik seputar literasi keuangan mendorong sikap yang lebih rasional dalam penetapan keputusan finansial, termasuk terkait penggunaan layanan kredit berbasis digital. Oleh karena itu, TPB berfungsi sebagai

kerangka kerja komprehensif untuk memahami perilaku keuangan individu melalui sikap pribadi, norma subjektif, serta persepsi kendali atas perilaku.

1.1.3 Literasi Keuangan

A. Pengertian Literasi Keuangan

Mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 3 Tahun 2023, literasi keuangan dimaknai sebagai perpaduan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri yang memberikan pengaruh terhadap perilaku serta cara pandang individu dalam menyempurnakan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mewujudkan kesejahteraan hidup di bidang finansial. Literasi keuangan menurut (OJK, 2022) mencakup wawasan, keahlian, beserta keyakinan diri yang berperan dalam sikap dan perilaku seseorang untuk mengatur keuangan dengan lebih baik dan efektif dalam rangka mewujudkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Literasi keuangan adalah berbagai upaya dan serangkaian kegiatan yang bertujuan meningkatkan wawasan, kemampuan, serta rasa percaya diri baik pada individu maupun kelompok, agar mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih optimal dan efisien.

Literasi keuangan juga dimaknai sebagai kesanggupan individu untuk membaca dan menulis, yang meluas melampaui membaca dan menulis hingga mencakup kemampuan untuk mengenali dan memahami konsep dan gagasan yang disampaikan melalui media visual (Choerudin et al., 2022). Literasi Keuangan menurut buku Literasi Keuangan Modern oleh Kusumastuti et al. (2026). Literasi keuangan ialah pemahaman yang semakin dalam studi ekonomi, keuangan publik, dan pembangunan manusia, mengingat semakin kompleksnya sistem keuangan modern. Konsep tersebut mencakup kesanggupan seseorang untuk mengerti, mengendalikan, dan mengambil keputusan finansial secara tepat, dengan mengutamakan pengetahuan, keahlian, sikap, dalam mengoptimalkan sumber daya keuangan demi tercapainya kesejahteraan ekonomi pribadi

B. Faktor- Faktor yang Memengaruhi Literasi Keuangan

Masing-masing individu memiliki tingkat literasi keuangan yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut menjad aspek yang perlu diperhatikan dalam menentukan bagaimana seseorang mengelola, mengumpulkan, dan mengatur penempatan aset aset keuangan yang dimiliki, baik untuk kebutuhan waktu dekat maupun masa

mendatang. Menurut Lahallo et al. (2023) menjelaskan bahwa tingkat literasi seseorang dipengaruhi oleh gender, IPK, alamat, uang saku dan pendapatan orangtua. Selain itu, menurut Arianti & Azzahra (2020) tingkat literasi seseorang dipengaruhi oleh pendapatan, investasi, pendidikan dan pengalaman kerja seseorang. Menurut Risa et al. (2024) bahwa tingkat literasi seseorang itu dipengaruhi oleh pendidikan keuangan dari keluarga, bagaimana orangtua mengajarkan anak mengatur keuangan yang baik sejak kecil.

Selain itu tingkat literasi keuangan seseorang juga dipengaruhi oleh pengetahuan tentang tabungan, investasi, asuransi, dan kredit yang tinggi (Yusuf et al., 2023). Menurut Sya et al. (2026) bahwa tingkat literasi seseorang juga dipengaruhi oleh akses layanan keuangan digital (fintech), kecemasan finansial, dan kepercayaan diri dalam menggunakan layanan keuangan. Menurut penemuan yang dilaksanakan oleh Idris et al. (2023) mengemukakan bahwa jenis kelamin dan penghasilan orangtua yang semakin tinggi mempengaruhi literasi keuangan individu. Berdasarkan uraian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor yang memengaruhi taraf literasi seseorang berasal dari beragam aspek, mencakup aspek demografis, ekonomi, pendidikan, hingga perkembangan teknologi. Indikator Literasi Keuangan

Beberapa tolok ukur dapat dipakai dalam menilai Literasi Keuangan yang diukur dan digunakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2022), yaitu:

1. Pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan
2. Keterampilan menggunakan produk serta layanan finansial
3. Keyakinan/kepercayaan diri terkait lembaga penyelenggara jasa finansial
Sikap dalam pengelolaan keuangan
4. Perilaku/tindakan dalam membuat keputusan keuangan.

Selain itu, mengacu pada riset yang dilaksanakan oleh Restike et al. (2024) memiliki indikator:

1. Literasi Keuangan Dasar
2. Sikap dalam pengelolaan keuangan
3. Pemahaman manfaat layanan keuangan
4. Kesadaran keamanan transaksi digital
5. Pemahaman risiko penggunaan PayLater.

Selain itu, menurut Fiqri et al. (2025) indikator literasi keuangan, yaitu:

1. Pemahaman manfaat layanan keuangan
2. Pemahaman risiko keuangan
3. Pengelolaan keuangan yang baik
4. Kesadaran keamanan transaksi digital.

1.1.4 Gaya Hidup

A. Definisi Gaya Hidup

Menurut Mustika & Irmawati (2025), gaya hidup merupakan pola seseorang dalam mencerminkan tindakannya dalam mengoptimalkan penggunaan waktu dan sumber dana yang ada melalui kegiatan dan minat yang melekat pada masing-masing individu. Gaya hidup juga dapat digambarkan sebagai pola seseorang dalam menjalani kehidupannya, yang tercermin lewat kegiatan, ketertarikan, dan pendapat mereka, serta menggambarkan "keseluruhan pribadi" dalam berhadapan dengan lingkungan sekitarnya (Boediman et al., 2023). Menurut Ramadhani & Khoirunisa, (2024) gaya hidup adalah cara orang menjalani hidup mereka, yang terlihat melalui aktivitas dan kegemaran, sehingga memengaruhi pola pengeluaran uang dan penggunaan waktu, gaya hidup juga memengaruhi tren sosial, budaya, ekonomi, dan komunitas. Gaya hidup adalah pola perilaku yang ditunjukkan dalam pilihan pengeluaran sehari-hari, yang dibentuk oleh kondisi sosial dan ekonomi (Fitri & Basri, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, gaya hidup dapat dimaknai sebagai kumpulan pola perilaku dan kebiasaan yang dimiliki individu atau kelompok tertentu, yang tergambar dari kegiatan, minat, cara pandang, dan pilihan yang diambil dalam menjalani keseharian. Pembentukan gaya hidup dipengaruhi baik oleh faktor internal, seperti karakter dan nilai yang dianut, maupun faktor eksternal, seperti situasi sosial, kondisi ekonomi, budaya, serta lingkungan sekitarnya. Selain berfungsi sebagai ciri pembeda, gaya hidup juga mencerminkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan

lingkungannya dan secara signifikan memengaruhi kesejahteraan fisik, mental, dan emosionalnya.

B. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Bahari & Sutono (2023) masing-masing individu memiliki gaya hidup yang bervariasi. Unsur gaya hidup terbagi menjadi dua faktor yang dimana ada yang berasal dari internal (individu) dan faktor luar (eksternal). Untuk unsur internal mencakup sikap, riwayat pengalaman, kepribadian, konsep diri dorongan, dan cara pandang. Sementara unsur eksternal meliputi keluarga, kelompok sosial, dan budaya. Selain itu, menurut Nasir et al. (2023) media sosial adalah salah satu yang memengaruhi gaya hidup seseorang. Media sosial sering diadopsi sebagai gaya hidup, berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan siapa diri kita. Kemajuan teknologi di tengah arus globalisasi telah memicu sejumlah pergeseran dalam tatanan masyarakat, termasuk lahirnya berbagai platform media sosial.

Selain itu, menurut Handayani et al. (2024) globalisasi telah menyebabkan sebagian individu dalam masyarakat mengadopsi gaya hidup negara lain daripada mempertahankan tradisi budaya lokal mereka. Hal ini menjadi penyebab signifikan perubahan perilaku, khususnya di kalangan anak muda yang lebih menyukai paparan budaya populer Korea dan Barat daripada adat istiadat. Gaya hidup individu dipengaruhi oleh kebiasaan konsumsi dan rutinitas hariannya, usia, profesi, keadaan finansial, serta kepribadiannya, citra diri, dan kebiasaan sehari-hari memengaruhi pilihan mereka. Selain itu, seseorang juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang berasal dari kelompok rujukan, keluarga, peranan, dan status yang disandangnya (Prameizuari et al., n.d.)

Dapat dikatakan bahwa gaya hidup seseorang dibentuk oleh beragam faktor internal maupun eksternal yang saling berkaitan satu sama lain. Pengaruh internal meliputi perspektif, sifat, pengalaman, motivasi, dan pandangan hidup seseorang, sedangkan elemen eksternal meliputi keluarga, komunitas, budaya, aspek ekonomi, platform media sosial, teman sebaya,

dan dampak globalisasi. Kemajuan teknologi dan pengaruh budaya eksternal juga berkontribusi pada perubahan perilaku dan pilihan gaya hidup, khususnya pada kelompok usia muda. Sehubungan dengan hal tersebut gaya hidup seseorang dibentuk melalui interaksi antara karakter individu dan lingkungan sosial serta budaya di sekitarnya.

C. Indikator Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan atribut yang melekat pada setiap individu, meski demikian terdapat sejumlah unsur yang membedakannya, seperti kegiatan yang dijalani, ketertarikan yang dimiliki, serta cara pandang yang dianut. Indikator gaya hidup menurut (Restike et al., 2024):

1. Aktivitas
2. Minat
3. Opini

Indikator yang digunakan oleh Huda et al. (2025) dalam penelitiannya juga sama dengan yang sebelumnya, yaitu:

1. Aktivitas
2. Minat
3. Opini

1.1.5 Risiko

A. Definisi Risiko

Menurut Tahtiyar & Kurniawati (2025) definisi risiko adalah ketidakpastian mengenai peristiwa yang dapat menyebabkan kerugian atau kerusakan dalam berbagai aspek kehidupan. Menurut Nurhayati et al. (2023) berpendapat bahwa risiko didefinisikan sebagai paparan dan tingkat keparahan diakibatkan oleh paparan atau peristiwa tersebut. Penilaian risiko itu sendiri merupakan serangkaian evaluasi terhadap risiko yang ada untuk pengelolaan profesional.

Risiko dapat diartikan sebagai proses yang berkaitan dengan ketidakpastian, meliputi upaya mengidentifikasi, menelaah, serta merespons kondisi tidak pasti tersebut, dengan tujuan mengoptimalkan hasil dari kejadian yang menguntungkan sekaligus meminimalisasi dampak dari kejadian yang merugikan (Brigityana et al., 2023). Risiko juga dapat

didefinisikan ketidakpastian kompleks yang memerlukan identifikasi, analisis, dan pengelolaan secara sistematis (Rifqi & Irsyad, 2025). Jadi, risiko dapat didefinisikan sebagai kondisi ketidakpastian yang berpotensi menyebabkan penyimpangan dari hasil yang diharapkan, termasuk kerugian, kerusakan, atau dampak negatif lainnya dalam berbagai aspek kehidupan. Risiko tidak hanya dilihat sebagai ancaman, tetapi juga mencakup peluang positif yang perlu dikelola secara sistematis melalui proses identifikasi, analisis, evaluasi, dan penanganan yang terstruktur dan profesional.

B. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Risiko

Penelitian yang diselenggarakan oleh Prastiwi & Fitria mengemukakan beberapa determinan yang turut berkontribusi terhadap menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi risiko dalam penggunaan layanan Shopee PayLater yaitu:

1. Biaya tambahan berupa bunga cicilan dikenakan pada setiap transaksi.
2. Biaya keterlambatan jika tidak membayar tagihan tepat waktu.
3. Memfasilitasi pengeluaran berlebihan karena sistem "beli sekarang bayar nanti".
4. Perjanjian dan harga yang tidak jelas hanya diungkapkan di akhir periode pembayaran.

Penelitian ini berpendapat yang sama dengan penelitian sebelumnya, bahwa faktor risiko yang perlu diperhatikan sebelum menggunakan Shopee PayLater:

1. Risiko keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi pengguna.
2. Risiko finansial akibat penggunaan yang tidak disertai perencanaan keuangan yang matang.
3. Risiko kerugian yang muncul akibat denda dan biaya tambahan yang tidak dipahami pengguna.
4. Risiko kecenderungan konsumtif yang dipicu oleh aktivitas promosi serta kepraktisan dalam mengakses layanan.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa unsur risiko yang berkaitan dengan pemanfaatan layanan Shopee PayLater, termasuk di

dalamnya risiko keuangan seperti bunga, denda, dan biaya tambahan yang mungkin tidak disadari sebelumnya.

C. Indikator Risiko

Risiko dapat diklasifikasi menjadi 5 indikator dalam penelitian Zahra & Shinta Permata Sari (2025), yaitu:

1. Risiko finansial terjadi apabila individu mengalami kendala finansial setelah melakukan pembelian, seperti munculnya bunga, denda, atau pungutan biaya lainnya.
2. Risiko kinerja timbul ketika suatu produk tidak mampu memberikan fungsi sesuai dengan ekspektasi penggunanya
3. Risiko psikologis merujuk pada apa yang dirasakan seseorang sebagai akibat dari tindakan pembelian suatu produk.

Selain itu, menurut Wijaya et al. (2024) menyebutkan bahwa indikator persepsi yang perlu diperhatikan pengguna Shopee PayLater, yaitu:

1. Risiko Keuangan mengacu pada kemungkinan kerugian finansial akibat pembelian mendadak dan tidak terencana saat menggunakan layanan PayLater.
2. Risiko Kepercayaan di mana potensi hilangnya kepercayaan pengguna terhadap platform jika transaksi mengalami masalah.
3. Risiko Keamanan mencakup ancaman terhadap perlindungan data pribadi pengguna dalam sistem pembayaran digital.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko yang dirasakan dalam menggunakan Shopee PayLater meliputi risiko finansial, kinerja, sosial, psikologis, kepercayaan, keamanan, dan perilaku konsumen. Risiko-risiko ini berkaitan dengan potensi kerugian, kondisi tidak menentu, serta konsekuensi yang berpotensi merugikan yang nantinya mempengaruhi keputusan dan ketertarikan pengguna dalam memanfaatkan layanan PayLater.

1.1.6 Persepsi Kemudahan Penggunaan

A. Definisi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) menyebutkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan “Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha (free of effort)”. Ini berarti bahwa pandangan tentang persepsi kemudahan penggunaan yang dialami pengguna dapat dimaknai dengan mudah digunakan, mudah dipahami, mudah dipelajari, dan tidak memerlukan banyak usaha untuk digunakan (Missy et al., 2024). Persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai situasi di tingkat keyakinan seseorang bahwa pemanfaatan suatu sistem tertentu tidak membutuhkan banyak tenaga atau upaya (bebas usaha), atau dengan kata lain, teknologi tersebut dapat dipahami secara mudah oleh penggunanya (Kholifah et al., 2025). Persepsi kemudahan penggunaan berkaitan dengan tingkat keyakinan seseorang bahwa pemanfaatan suatu teknologi dapat mempermudah berbagai hal bagi mereka, baik dari segi upaya fisik maupun mental (Arif Maulana Nizar, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2024) mengatakan bahwa persepsi kemudahan dalam penggunaan adalah seberapa yakin seseorang merasa bahwa dengan memanfaatkan ini, tenaga yang diperlukan untuk melakukan sesuatu hal akan berkurang. Persepsi kemudahan penggunaan juga dapat dipahami sebagai kepercayaan yang dimiliki pengguna ketika menggunakan aplikasi atau sistem yang mudah dipahami dan tidak memerlukan upaya berlebihan (Hermawan, 2025). Selain itu, menurut Rosani et al. (2025) Pandangan mengenai seberapa gampang dipakai terpaut pada keyakinan konsumen soal ringannya sistem belanja di internet, meliputi bagian-bagian seperti gampangnya untuk belajar, tata muka yang gampang dimengerti, juga kokohnya tempat yang dipakai. Berdasarkan berbagai definisi yang ada, dapat disimpulkan bahwa perspektif kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu sistem atau teknologi mudah dipahami, mudah dipelajari, memiliki antarmuka yang mudah dimengerti, serta tidak memerlukan usaha fisik maupun mental yang berlebihan

dalam penggunaannya, sehingga pengguna merasa lebih nyaman dan termotivasi untuk menggunakan teknologi tersebut dalam jangka panjang.

B. Unsur-Unsur yang Berpengaruh terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan

Pada penelitian Nadia et al. (2021), menyebutkan terdapat sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap kemudahan pemanfaatan teknologi beberapa faktor yang mempengaruhi kemudahan dalam penggunaan teknologi, yaitu:

1. Perceived Ease of Use (persepsi kemudahan penggunaan)
2. Perceived Usefulness (persepsi manfaat)
3. Behavioral Use (penggunaan aktual)

yang mana dalam penelitian ini, mengacu pada teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989).

Menurut penelitian Banani & Selvi (2023) menjelaskan bahwa berbagai faktor yang memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan yaitu:

1. *Easy to learn*, Individu dapat dengan mudah mempelajari suatu teknologi.
2. *Easy to understand*, Individu merasa bahwa suatu teknologi mudah dipahami
3. *Effortless*, Individu merasa bahwa suatu teknologi praktis dan fleksibel untuk digunakan
4. *Easy to use*, individu merasa suatu teknologi mudah untuk dioperasikan

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kemudahan penggunaan teknologi meliputi kejelasan interaksi, kualitas sistem, kepercayaan pengguna, dan ketersediaan dukungan teknis. Hal ini sejalan dengan teori Model Penerimaan Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model/TAM) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan merupakan faktor penentu utama dalam penerimaan teknologi oleh pengguna.

C. Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan

Pada penelitian Umaira & Widiati (2024), berpendapat yang sama bahwa indikator persepsi kemudahan penggunaan, yaitu:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
2. Dapat dikontrol (*controllable*)

3. Mudah digunakan (*clear and understandable*)
4. Jelas dan dapat dipahami (*easy to use*)

Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Estari & Yasa (2023) indikator yang digunakan dalam mengukur persepsi kemudahan penggunaan adalah:

1. Mudah dipelajari (*easy to learn*)
2. Dapat dikontrol (*controllable*)
3. Jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*)
4. Mudah digunakan (*easy to use*)

Dapat disimpulkan bahwa indikator kemudahan penggunaan yang dirasakan mencerminkan sejauh mana suatu sistem atau teknologi dianggap mudah dipahami, dipelajari, dan dioperasikan oleh pengguna. Oleh karena itu, semakin mudah suatu sistem digunakan dan dipahami, semakin tinggi tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem tersebut.

1.1.7 Minat

A. Pengertian Minat

Minat memainkan peran penting pada kehidupan setiap orang, dikarenakan secara signifikan memengaruhi sikap dan perilaku seseorang, serta dapat menjadi pendorong utama motivasi belajar. Menurut "Kamus Besar Bahasa Indonesia" (KBBI), "minat" didefinisikan sebagai suatu kecenderungan kuat pada objek tertentu, yang mencakup rasa antusias serta keinginan. Sejalan dengan hal tersebut, Eliyarti & Rahayu (2021) menjelaskan minat adalah dorongan individu untuk merasa tertarik dan menikmati suatu objek atau aktivitas yang membuatnya ingin terlibat di dalamnya. Dalam konteks perilaku konsumen, minat menggambarkan sejauh mana seseorang cenderung untuk melakukan tindakan tertentu sebelum keputusan pembelian benar-benar dibuat. di mana keinginan tersebut muncul secara alami dan disertai dengan perasaan senang, bukan karena paksaan (Qomariah, 2026).

Lebih lanjut, minat menggunakan aplikasi mengacu pada keinginan atau kecenderungan seseorang untuk memanfaatkan layanan digital tertentu dalam melakukan transaksi atau memenuhi kebutuhan (Dharmawan et al., 2021), yang timbul karena pandangan positif terhadap kemudahan, kepercayaan, dan

efisiensi dalam menggunakan layanan tersebut (Noviyanti & Erawati, 2021). Selain itu, menurut Putri & Hascaryani (2022) menambahkan minat menggunakan adalah motivasi seseorang untuk memanfaatkan layanan pembayaran dipengaruhi oleh persepsi manfaat, dan pemahaman pengguna terhadap teknologi yang bersangkutan.

Berdasarkan berbagai definisi di atas, minat diartikan sebagai kecenderungan atau motivasi internal terhadap suatu objek atau aktivitas yang ada dalam diri seseorang berkembang melalui ketertarikan, informasi, dan pengalaman, serta di wujudkan dalam bentuk keinginan untuk bertindak disertai perasaan senang dan tanpa paksaan.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *fintech* menurut penelitian oleh Riyanti et al. (2022), yaitu:

1. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat), merasa fintech bermanfaat dan membantu aktivitas transaksi
2. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan), Fintech mudah dipahami dan digunakan
3. *Trust* (Kepercayaan), Pengguna percaya bahwa sistem aman dan dapat dipercaya
4. *Perceived Risk* (Persepsi Risiko), Risiko keamanan atau kerugian mempengaruhi minat penggunaan
5. *Government Support* (Dukungan Pemerintah), Dukungan regulasi dan keamanan dari pemerintah meningkatkan minat.

Selain itu, menurut Rosita & Setyaningsih (2024) dalam penelitiannya faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

1. Persepsi manfaat
2. Persepsi kemudahan
3. Trust (kepercayaan)
4. Sikap penggunaan
5. Minat menggunakan

Dan juga dalam penelitian Caroline & Hastuti (2021) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah:

1. *Perceived Ease of Use*, mudah digunakan membuat pengguna lebih nyaman.
2. *Perceived Usefulness*, membantu transaksi menjadi lebih cepat dan efisien.
3. *Subjective Norm*, Pengaruh dari teman, keluarga, dan lingkungan sekitar.
4. *Attitude*, Sikap positif.
5. *Interest in Using*, keinginan seseorang untuk menggunakan.

C. Indikator Minat

Adapun dalam penelitian Siregar et al. (2025) indikator minat penggunaan diukur dengan:

1. Keinginan untuk menggunakan aplikasi.
2. Rencana penggunaan di masa depan.
3. Kesiediaan untuk tetap menggunakan layanan.

Selain itu, dalam penelitian Hafidhuddin & Azizah (2023) indikator minat yang digunakan dalam pengukuran minat adalah :

1. Penggunaan secara terus-menerus.
2. Kepuasan yang mendorong penggunaan ulang.
3. Niat untuk tetap menggunakan di masa depan.

Dapat disimpulkan bahwa indikator minat untuk menggunakan mencerminkan keinginan, niat, dan kecenderungan individu untuk menggunakan suatu sistem secara terus-menerus. Indikator ini meliputi niat dan rencana penggunaan di masa mendatang, penggunaan berkelanjutan, kepuasan yang mendorong penggunaan kembali, dan kecenderungan untuk penggunaan rutin.

1.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai dasar penguat penelitian ini, peneliti mengkaji beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki ini, peneliti mengevaluasi beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki tema, variabel, dan metode serupa, termasuk yang berikut ini:

Tabel TINJAUAN PUSTAKA.1 Perbandingan variabel penelitian

No	Nama dan Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1	Thea Levina Pangesti Tambunan Politeknik Caltex Riau (2024) Judul: Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Paylater Pada Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau)	Kuantitatif Purposive Sampling Data Primer (Kusioner) Teknik analisis: Regresi linear berganda	Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan (sig. 0,010; koefisien -0,206). Risiko berpengaruh positif dan signifikan (sig. 0,000; koefisien 0,294). Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan (sig. 0,000; koefisien 0,357). Nilai R² sebesar 25,3% menunjukkan ketiga variabel menjelaskan seperempat variasi minat penggunaan PayLater.
2	Innaya Qhairunisa dan Edi Cahyono Universitas Islam Negeri Salatiga (2024) Judul: Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan, Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee Paylater Dimoderasi Gaya Hidup Islami	Kuantitatif Purposive Sampling Data Primer (Kusioner) Teknik Analisis: Regresi Linear Berganda	Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan. Kemudahan berpengaruh positif signifikan. Persepsi risiko berpengaruh signifikan. Gaya hidup Islami memoderasi pengaruh ketiga variabel tersebut.
3	Ajeng Rizky Anggiaputri dan Dian Efriyenti Universitas Puteri Batam	Kuantitatif Purposive Sampling	Gaya hidup serta literasi keuangan memberikan pengaruh terhadap

	(2024) Judul: Pengaruh Gaya Hidup, Kontrol Diri, Literasi Keuangan Dan Persepsi Resiko Terhadap Tren Penggunaan Paylater Dikalangan Mahasiswa	Data Primer (Kusioner) Teknik analisis: Regresi linear berganda	kecenderungan penggunaan paylater. Persepsi risiko berpengaruh signifikan. Kontrol diri berpengaruh negatif.
4	Nur Naning Rum dan Ratri Paramitalaksmi Universitas Mercu Buana Yogyakarta (2024) Judul: Pengaruh Literasi Keuangan Pada Minat Penggunaan Shopee Paylater (Spaylater) (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2020	Kuantitatif Purposive Sampling Data Primer (Kusioner) Teknik analisis: Regresi linear berganda	Literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Sementara itu, persepsi manfaat dan persepsi pendapatan berkontribusi secara signifikan terhadap minat penggunaan SPayLater.
5	Martanti Cahya Ningsih, Choiroel Woestho, dan Dody Kurniawan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (2023) Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat Paylater Dan Pendapatan Generasi Z Terhadap Minat Penggunaan Paylater Di Platfrom Shopee	Kuantitatif Purposive Sampling Data Primer (Kusioner) Teknik analisis: Regresi linear berganda	Literasi keuangan tidak berpengaruh parsial. Manfaat paylater dan pendapatan berpengaruh signifikan. Secara simultan ketiganya berpengaruh positif signifikan.

	Pada Kecamatan Tambun Selatan		
6	Safitri Yulianti Dewi dan Raskadi International Women University (2025) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Intensitas Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Penerima Kip-K Di International Women University (Iwu) Kota Bandung	Kuantitatif Purposive Sampling Data Primer (Kusioner) Teknik analisis: Regresi linear berganda	Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap intensitas penggunaan. Gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan. Keduanya menjelaskan 60% variabilitas penggunaan.

Berdasarkan kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu pada Tabel TINJAUAN PUSTAKA.1 diketahui bahwa penelitian-penelitian tersebut telah membahas topik yang relevan dengan penelitian ini, namun memiliki keterbatasan dari sisi lokasi objek penelitian, variabel yang digunakan, dan populasi yang terbatas.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena mengkaji dampak literasi keuangan, gaya hidup, risiko, serta persepsi kemudahan penggunaan terhadap ketertarikan menggunakan Shopee PayLater secara bersamaan dalam satu model, dengan objek penelitian yang lebih spesifik, yaitu mahasiswa Kota Pekanbaru. Kombinasi keempat variabel tersebut dengan fokus pada mahasiswa di dua perguruan tinggi di Provinsi Riau belum banyak dieksplorasi sebelumnya, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut sekaligus memberikan kontribusi pada pengembangan teori mengenai literasi keuangan dan pola perilaku konsumen digital di lingkungan mahasiswa.

1.3 Kerangka Berpikir

1.3.1 Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991), literasi keuangan mencerminkan komponen sikap (attitude), dimana pengetahuan dan pemahaman finansial yang dimiliki individu membentuk sikap selektif dalam menggunakan layanan keuangan digital. Mengacu pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 3 Tahun 2023, pemahaman tentang keuangan adalah kombinasi antara pengetahuan, kemampuan, dan rasa percaya diri yang berdampak pada pandangan serta perilaku dalam kualitas proses pengambilan keputusan serta manajemen keuangan demi tercapainya kesejahteraan perekonomian. Literasi keuangan menurut (OJK, 2022) mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri yang membentuk sikap dan perilaku seseorang dalam menetapkan keputusan finansial yang lebih tepat serta mengatur keuangan secara optimal demi tercapainya kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Individu yang memiliki pemahaman literasi keuangan yang baik umumnya lebih memahami risiko bunga, denda keterlambatan, dan dampak jangka panjang penggunaan kredit digital, sehingga cenderung bersikap lebih hati-hati dan menurunkan minatnya menggunakan Shopee PayLater. Berbeda halnya, seseorang yang memiliki literasi keuangan rendah umumnya kurang menyadari risiko yang ada, sehingga lebih rentan dengan adanya kemudahan yang ditawarkan tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjangnya. Dengan demikian, secara logika terdapat hubungan yang taraf literasi keuangan serta minat penggunaan Shopee PayLater.

Hal ini didukung oleh temuan Tambunan (2024) pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau yang membuktikan bahwa tingkat literasi keuangan berdampak negatif secara signifikan pada minat pemanfaatan Shopee PayLater. Hal ini diperkuat oleh temuan Dewi & Raskadi (2025) yang mendapati bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan Shopee PayLater pada kalangan mahasiswa, karena individu dengan literasi keuangan yang baik lebih menyadari risiko utang, biaya bunga, dan dampak jangka panjangnya. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Prazadhea & Fitriyah, (2023) pada mahasiswa di Kota Malang,

di mana tingkat literasi keuangan yang memadai mendorong kecenderungan yang lebih selektif dan berhati-hati dalam pemanfaatan layanan kredit digital. Berlandaskan kajian teori, mekanisme keterkaitan, dan bukti empiris yang konsisten dengan hasil tersebut, maka dapat disusun hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan Shopee PayLater pada mahasiswa Kota Pekanbaru

1.3.2 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater

Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (1991) menjelaskan norma subjektif berupa tekanan sosial dan pengaruh lingkungan dapat tercermin dalam gaya hidup seseorang, yang pada akhirnya membentuk sikap dan minat perilaku individu. Menurut Mustika & Irmawati (2025), gaya hidup adalah cara seseorang mencerminkan tindakannya dalam menggunakan waktu dan uang melalui aktivitas dan minat yang dimiliki. Individu dengan gaya hidup konsumtif dan berorientasi pada tren cenderung mengutamakan kemudahan dan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Karakteristik ini selaras dengan kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh layanan Shopee PayLater, sehingga makin tinggi kecenderungan pola hidup konsumtif seseorang, makin besar pula ketertarikannya memanfaatkan layanan tersebut.

Hal ini didukung oleh temuan Alghifari & Firman (2025) yang menemukan bahwa pola belanja berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater karena berbelanja dipandang sebagai bentuk ekspresi diri sekaligus hiburan. Dewi & Raskadi (2025) juga menemukan bahwa gaya hidup berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap intensitas pemanfaatan Shopee PayLater, di mana mahasiswa yang cenderung konsumtif lebih rentan menggunakan fasilitas PayLater secara berlebihan untuk memenuhi kepuasan instan. Penelitian Anggiaputri & Efriyenti (2025) juga menyatakan bahwa gaya hidup memberikan pengaruh positif dan bermakna terhadap kecenderungan penggunaan PayLater di lingkungan mahasiswa, di mana pola hidup modern dan berorientasi pada kenyamanan mendorong mahasiswa untuk memilih metode pembayaran tertunda. Bangun & Jamil (2025) secara spesifik mengungkapkan bahwa tingginya tuntutan gaya hidup mahasiswa Pekanbaru yang tidak sebanding

dengan pendapatan mendorong ketergantungan pada layanan kredit digital. Berdasarkan landasan teori, mekanisme hubungan yang searah, dan bukti empiris yang keselarasan hasil tersebut, maka dapat disusun hipotesis kedua pada penelitian ini sebagai berikut:

H2: Gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Shopee PayLater pada mahasiswa Kota Pekanbaru

1.3.3 Pengaruh Risiko terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989), persepsi risiko (*perceived risk*) berperan sebagai faktor penghambat dalam proses adopsi teknologi, karena individu cenderung menghindari sesuatu yang berpotensi menimbulkan kerugian. Menurut Tahtiyar & Kurniawati (2025), risiko adalah ketidakpastian mengenai suatu peristiwa yang dapat menyebabkan kerugian atau kerusakan dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam konteks Shopee PayLater, risiko yang dirasakan mahasiswa mencakup risiko finansial, keamanan data pribadi, kecenderungan perilaku konsumtif, serta tingkat kepercayaan terhadap platform. Ketika persepsi risiko ini meningkat, muncul kekhawatiran terhadap potensi kerugian yang akan diterima, sehingga individu cenderung bersikap lebih waspada dan menahan diri untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah minat individu untuk menggunakan Shopee PayLater (Wijaya et al., 2024).

Hal ini didukung oleh temuan Hikmawati et al. (2024) yang menyatakan bahwa risiko merupakan faktor yang memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan Shopee PayLater secara negatif. Afif & Indrarini (2024) juga membuktikan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. Selain itu, Amaniyah & Sholeha (2024) menambahkan bahwa mahasiswa yang menyadari risiko utang dan kesulitan pembayaran cenderung lebih menahan diri dalam menggunakan layanan kredit digital. Penelitian Qhairunisa & Cahyono (2024) turut menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee PayLater, di mana tingkat risiko yang dirasakan lebih tinggi seperti risiko finansial, keamanan data, dan psikologis menurunkan minat terhadap PayLater. Berdasarkan landasan teori, mekanisme hubungan yang berlawanan arah, dan bukti empiris yang

konsisten tersebut dapat dirumuskan hipotesis ketiga dalam penelitian ini sebagaimana berikut:

H3: Risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan Shopee PayLater pada mahasiswa Kota Pekanbaru

1.3.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Shopee PayLater

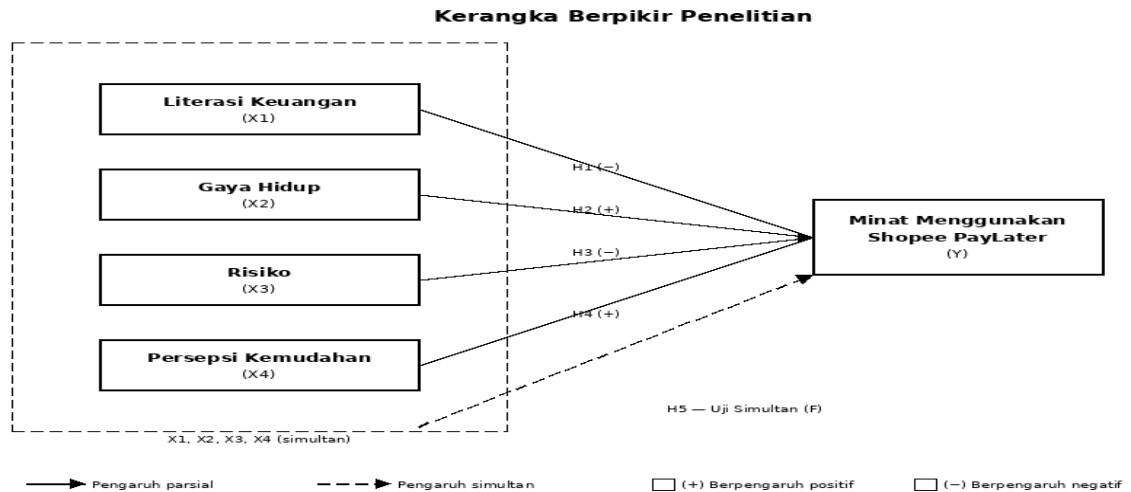
Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sampai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tidak membutuhkan banyak usaha. Dalam TAM, persepsi kemudahan penggunaan berperan sebagai faktor pendorong (*enabler*) adopsi teknologi, berbeda dengan persepsi risiko yang berperan sebagai penghambat. Persepsi kemudahan penggunaan mencerminkan bahwa suatu teknologi mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan tanpa memerlukan upaya yang besar Missy et al. (2024)

Kemudahan yang dirasakan pengguna Shopee PayLater mulai dari proses pendaftaran, aktivasi limit, hingga mekanisme pembayaran yang sederhana dan intuitif membuat usaha yang dibutuhkan mahasiswa untuk menggunakan layanan ini semakin kecil. Semakin rendah usaha yang dibutuhkan, semakin kecil pula hambatan psikologis untuk mengadopsi layanan tersebut, sehingga minat penggunaan pun meningkat. Dengan demikian persepsi kemudahan penggunaan serta minat pemanfaatan Shopee PayLater bergerak ke arah yang sama, yang menunjukkan hubungan yang bersifat positif.

Hal ini didukung oleh penelitian Primadineska (2024) yang mengungkapkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi dioperasikan, semakin besar pula ketertarikan seseorang untuk menggunakannya. Fadillah & Mulawarman (2023) juga menemukan bahwa minat menggunakan layanan paylater disebabkan oleh adanya persepsi kemudahan penggunaan berkontribusi positif. Qhairunisa & Cahyono, (2024), yang mengungkapkan bahwa kemudahan memberikan kontribusi positif dan bermakna terhadap keputusan untuk menggunakan Shopee PayLater, di mana kemudahan akses dan proses transaksi yang sederhana merupakan daya tarik utama bagi pengguna. Penelitian Umayah & Rahmayanti, (2024) yang secara spesifik menemukan bahwa kemudahan fitur seperti persetujuan instan dan one-

click payment berpengaruh sangat signifikan terhadap perilaku belanja mahasiswa Pekanbaru tanpa perencanaan matang. Berdasarkan landasan teori, mekanisme hubungan yang searah, dan bukti empiris yang konsisten tersebut, dapat diajukan hipotesis keempat dalam penelitian ini sebagai berikut

H4: Persepsi kemudahan penggunaan positif berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee PayLater pada mahasiswa Kota Pekanbaru



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Mengacu pada penjelasan tersebut, berikut adalah struktur penelitian yang telah disusun: Merujuk pada Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, diterangkan bahwa penelitian ini melibatkan variabel bebas (X) yang terdiri dari Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Risiko (X3), serta Kemudahan Penggunaan (X4). Semua variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel tergantung (Y), yaitu minat untuk memanfaatkan Shopee PayLater, dan keempat variabel bebas ini secara bersama-sama memberikan dampak terhadap minat dalam memanfaatkan fasilitas Shopee PayLater.

