

LAPORAN PROYEK AKHIR

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RISIKO,
PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
PAYLATER PADA SHOPEE
(STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA
POLITEKNIK CALTEX RIAU)**

Thea Levina Pangesti Tambunan

NIM. 2062301035

Pembimbing

Meliza Putriyanti Zifi, S.E., M.Acc.

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI PERPAJAKAN
POLITEKNIK CALTEX RIAU**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RISIKO, PERSEPSI
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *PAYLATER* PADA SHOPEE
(Studi Empiris pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau)**

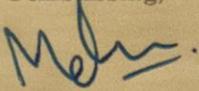
Thea Levina Pangesti Tambunan
NIM. 2062301035

Proyek Akhir ini diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi Perpajakan (S.Tr.Ak) di
Politeknik Caltex Riau

Pekanbaru, 12 Agustus 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing,



Meliza Putriyanti Zifi, S.E., M.Acc
NIP. 149004

Penguji,



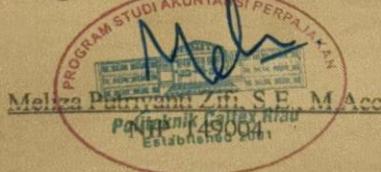
1. Heri Ribut Yuliantoro, S.E.,
M.Ak., Akt., CA., CAP
NIP. 048114



2. Hamdani Arifulsyah, S.E.,
M.Ak
NIP. 088302

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi Perpajakan



Meliza Putriyanti Zifi, S.E., M.Acc
NIP. 149004
Politeknik Caltex Riau
Established 2001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam proyek akhir yang berjudul:

”Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau)”

Adalah benar hasil karya saya dan tidak mengandung karya ilmiah atau tulisan yang pernah diajukan di suatu Perguruan Tinggi.

Setiap kata yang dituliskan tidak mengandung plagiat, pernah ditulis maupun diterbitkan orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam proyek akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka. Saya siap menanggung seluruh akibat apabila terbukti melakukan plagiat.

Pekanbaru, 12 Agustus 2024

Penulis

Thea Levina Pangesti Tambunan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee, pengaruh risiko terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee, dan yang pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, teknik di mana peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu. Pada penelitian ini menggunakan 343 orang responden. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang disebarakan melalui *google form*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis penelitian menunjukkan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee. Risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial literacy on interest in using paylater at Shopee, the effect of risk on interest in using paylater at Shopee, and the effect of perceived ease of use on interest in using paylater at Shopee. The sample selection in this study used purposive sampling method, a technique in which researchers select samples based on certain criteria. In this study using 343 respondents. The data used is primary data obtained through distributing questionnaires distributed via google form. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the research analysis show that financial literacy has a negative effect on interest in using paylater at Shopee. Risk has a positive effect on interest in using paylater at Shopee. Perceived ease of use has a positive effect on interest in using paylater at Shopee.

Keywords: Financial Literacy, Risk, Perceived Ease of Use and Interest in Using Paylater at Shopee

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Karunianya yang telah memberikan kemudahan serta berkat sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proposal Proyek Akhir dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau)”. Adapun penyusunan Laporan Proposal Proyek Akhir ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan program sarjana terapan atau Diploma IV Program Studi Akuntansi Perpajakan Politeknik Caltex Riau.

Selama proses pengerjaan Laporan Proposal Proyek Akhir penulis banyak mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang belum pernah di dapatkan sebelumnya. Dalam menyelesaikan Laporan Proposal Proyek Akhir ini penulis mendapat banyak sekali doa dan dukungan dari berbagai pihak. Atas bantuan serta doa tersebut, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Dadang Sihabudin, S.Si,M.Sc selaku Direktur Politeknik Caltex Riau.
2. Ibu Meliza Putriyanti Zifi, S.E., M.Acc selaku Kepala Program Studi Akuntansi Perpajakan Politeknik Caltex Riau.
3. Bapak Meliza Putriyanti Zifi, S.E., M.Acc selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan serta saran dan arahan yang berguna bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Proposal Proyek Akhir.
4. Bapak Zainal Arifin Renaldo, S.S., M.Hum selaku Dosen wali.
5. Bapak Hamdani Arifulsyah, S.E., M. Ak selaku Koordinator Proyek Akhir.
6. Seluruh Dosen Politeknik Caltex Riau, Khususnya Dosen Program Studi Akuntansi Perpajakan terimakasih atas ilmu dan bimbingannya kepada penulis.
7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan semangat, kasih sayang tiada batas beserta doa sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan ini dengan baik.
8. Mathew Ebenhaezer Tambunan selaku saudara kandung penulis yang selalu memberikan semangat dan doa yang terbaik.

9. Gaby, Stevany, Thomas, Grace, Glory, Chinta, Gisca, Ardhio, Kak Nabil dan Rubi dan yang telah memberikan motivasi, dukungan, masukan, dan saran terhadap penulis.

10. Teman – teman seperjuangan G20 Akuntansi Perpajakan

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar penulis dapat membuat laporan yang lebih baik. Semoga laporan ini bermanfaat bagi kita.

Pekanbaru, 12 Agustus 2024

Penulis

Thea Levina Pangesti Tambunan

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Minat	17
2.2.2 Literasi Keuangan	21
2.2.3 Risiko	23
2.2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	26
2.3 Kerangka Berpikir	29

2.3.1 Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i> Pada Shopee	29
2.3.2 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i> Pada Shopee.....	29
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan <i>Paylater</i> Pada Shopee.....	30
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis dan Sumber Data	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Skala Pengukuran Data.....	36
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Statistik Deskriptif	38
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	38
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.4 Uji Hipotesis.....	39
BAB IV.....	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2 Identitas Responden.....	41
4.3 Hasil Penelitian.....	43
4.3.1 Uji Statistik Deskriptif	43
4.3.2 Uji Kualitas Data.....	45
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	46

4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis	49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i> Pada Shopee	52
4.4.2 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i> Pada Shopee.....	54
4.4.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Paylater</i> Pada Shopee	54
BAB V	56
PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pra-Survei Penggunaan Shopee <i>Paylater</i> Terhadap Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Politeknik Caltex Riau.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Angkatan Mahasiswa Politeknik Caltex Riau	42
Gambar 4.2 Program Studi Politeknik Caltex Riau.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Keberhasilan Bayar	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	32
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 <i>Blueprint</i> Skala	37
Tabel 4.1 Identitas Responden.....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Residual.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Park	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah meluas hampir ke seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari belanja, transportasi, pariwisata, donasi, dan aktivitas ekonomi lainnya yang dapat diakses secara digital (Aulia et al., 2021). Era Revolusi Industri 4.0 merupakan masa dimana teknologi otomasi dan *cyber* teknologi berpadu untuk memudahkan masyarakat mengakses berbagai hal dalam situasi apapun. Pada era itu juga, teknologi sudah menjadi kebutuhan penting manusia, dan sebagian besar aktivitas manusia tidak terlepas dari pemanfaatan teknologi. Teknologi merupakan alat yang memudahkan manusia dalam mengakses sumber daya yang dibutuhkannya. Perkembangan teknologi digital dibuktikan dengan penggunaan *gadget* dan internet yang didukung berbagai aplikasi canggih.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi ini akan membawa perubahan gaya hidup masyarakat yang sangat erat kaitannya dengan perangkat yang terhubung dengan internet dan layanan fasilitas yang memanfaatkan teknologi digital tersebut. Perangkat dengan fasilitas-fasilitas tersebut membuat aktivitas sehari-hari masyarakat semakin nyaman dan mudah (Wildan, 2019). Perkembangan teknologi digital juga merambah ke dunia bisnis. Dalam kegiatan perdagangan, pemanfaatan teknologi pada jasa keuangan sangat membantu dalam melakukan interaksi. Saat ini, fenomena inovasi dalam industri jasa keuangan mengubah pandangan industri di seluruh dunia. Perubahan ini telah menciptakan fenomena baru dari keuangan tradisional kini berubah menjadi serba digital dan fenomena ini disebut dengan *financial technology* atau *fintech*.

Dari hasil survei terhadap konsumen *fintech* pada tahun 2023 yang dilakukan oleh DataIndonesia.id secara *online* menyatakan bahwa pembayaran digital sering dipakai oleh masyarakat Indonesia. Layanan ini menjangkau 93,81 persen responden. Ini menunjukkan bahwa saat ini pembayaran digital berada di urutan pertama dalam menguasai pasar *fintech* di Indonesia (Pernando, 2023). Salah satu ide yang menarik dari *fintech* adalah penerapan sistem bayar nanti atau *paylater* (Asja et al., 2021). Penerapan *paylater* yaitu konsumen dapat membeli produk yang

diinginkan tanpa melakukan pembayaran dimuka dan dapat melunasinya secara penuh pada saat jatuh tempo dengan cara mencicil. Sistem *paylater* ini banyak ditemukan di *e-commerce*.

Perkembangan bisnis *e-commerce* di Indonesia telah menyebabkan beberapa perubahan perilaku konsumen. Salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di *mall* atau di toko yang semakin beralih kearah penggunaan media *online*. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, dan persaingan antar *e-commerce* juga sangat ketat. Hal ini membuat perusahaan *e-commerce* perlu menerapkan strategi untuk menarik konsumen. Salah satunya adalah diperkenalkannya sistem *paylater* sebagai alat pembayaran yang dapat digunakan konsumen untuk bertransaksi. Contoh perusahaan *e-commerce* yang menerapkan sistem ini adalah Shopee.

Shopee merupakan platform atau aplikasi *online* pertama di Asia Tenggara (Indonesia, Singapura, Thailand, Filipina, Malaysia, Vietnam dan Taiwan) yang menyediakan transaksi jual beli *online* yang handal melalui ponsel. Banyak keuntungan yang ditawarkan Shopee salah satunya adalah fungsionalitas *paylater* dalam aplikasi bernama Shopee *Paylater*. Fitur Shopee *Paylater* ini diperkenalkan pada awal tahun 2019 sebagai salah satu metode pembayaran jenis terbaru untuk melakukan transaksi belanja. Shopee *Paylater* tersedia untuk pengguna Shopee yang membeli produk dimana produk tersebut dapat dicicil tergantung periode pembayaran yang dipilih. Dalam penggunaan Shopee *Paylater* ini dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan dimana tingkat pemahaman dan pengetahuan tentang konsep keuangan pribadi akan mempengaruhi sejauh mana pengguna dapat memanfaatkan Shopee *Paylater* dengan bijak.

Literasi keuangan merupakan kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengkomunikasikan situasi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi seseorang. Hal ini mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan-pilihan keuangan, kemampuan mendiskusikan masalah keuangan tanpa (atau meskipun) ketidaknyamanan, kemampuan untuk merencanakan masa depan, dan peristiwa-peristiwa ekonomi secara umum. mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam ekonomi umum (Latifiana, 2016). Penting sekali untuk terus meningkatkan literasi keuangan agar masyarakat dapat mengelola penggunaan Shopee *Paylater* secara responsif dan menghindari potensi risiko yang dapat timbul.

Menurut Ramadhani dalam (Prastiwi & Fitria, 2021) menyatakan bahwa pengguna dapat menggunakan *paylater* dapat memperhatikan risiko-risiko yang dapat terjadi seperti adanya biaya tambahan seperti bunga, jiwa konsumtif yang semakin meningkat atau sulit ditahan, pengelolaan keuangan berantakan dan adanya denda yang dikenakan jika telat membayar. Hal tersebut terjadi dikarenakan adanya kemudahan demi kemudahan yang dimunculkan oleh *financial technology* berupa *paylater* dengan tujuan untuk memanjakan pengguna *e-commerce* tersebut. Maka, dengan kemudahan ini berharap agar para pelanggan atau customer semakin setia dan memiliki keterikatan.

Tabel 1.1 Tingkat Keberhasilan Bayar

Deskripsi	Oktober 2021	Oktober 2022
Tingkat Keberhasilan/Kualitas Pinjaman		
TKB 90	97,87%	97,10%
TWP 90	2,13%	2,90%

Keterangan :

TKB : Tingkat Keberhasilan Bayar

TWP : Tingkat Wanprestasi

Sumber : www.finansial.bisnis.com

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh metode *paylater* ini berdampak negatif jika pengguna *paylater* tidak bertanggung jawab membayar kewajibannya, dapat dilihat pada tabel di atas bahwa TKB 90 (Tingkat Keberhasilan Bayar) pada Oktober 2022 mengalami penurunan sebesar 0,77%. Artinya, terjadi peningkatan gagal bayar dalam pengembangan *fintech lending* (Anggraeni, 2022).

Berdasarkan riset terhadap 1.544 responden, 77,20% merasa mengakses fitur *paylater* lebih mudah dibandingkan mengakses kartu kredit. Hal ini disebabkan adanya fitur *paylater* yang mudah diakses oleh semua orang, meskipun pengguna belum memenuhi kriteria untuk menjadi peminjam di industri perbankan. Alasan pengguna memilih *paylater* antara lain syarat dan prosedur yang mudah sebesar 60,5%, jumlah minimum transaksi yang rendah sebesar 37,15%, dan tidak ada biaya administrasi jika tidak menggunakan *paylater* 31,65%, dan pengguna dapat berhenti menggunakan *paylater* kapan saja sebesar

30,4% (Sunarti et al., 2021). Tidak hanya pada orang bekerja, mahasiswa pun yang belum memiliki penghasilan sendiri juga banyak menggunakan layanan *paylater* ini, hal ini disebabkan karena adanya minat untuk menggunakan *paylater* tersebut.

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.

Mahasiswa dianggap memiliki tingkat kecerdasan intelektual yang tinggi, kemampuan berpikir kritis, dan keterampilan perencanaan yang baik. Kemampuan untuk berpikir secara kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat dianggap sebagai karakteristik yang melekat pada setiap mahasiswa. Selain itu, mahasiswa cenderung akrab dengan teknologi digital dan menggunakan aplikasi Shopee untuk keperluan berbelanja.



Gambar 1.1 Hasil Pra-Survei Penggunaan Shopee *Paylater* Terhadap Mahasiswa Akuntansi Perpajakan Politeknik Caltex Riau

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan hasil pra-survei yang dilakukan peneliti terhadap 133 responden guna untuk mengetahui seberapa banyak mahasiswa Akuntansi Perpajakan Politeknik Caltex Riau menggunakan Shopee *Paylater*. Dan hasil pra-survei tersebut menyatakan terdapat 66,9% mahasiswa Akuntansi Perpajakan Politeknik Caltex Riau yang pernah menggunakan Shopee *Paylater*. Dimana Mahasiswa Akuntansi Perpajakan ini dapat mewakili persepsi Mahasiswa Politeknik Caltex Riau yang menunjukkan banyak mahasiswa yang telah menggunakan Shopee *Paylater* karena menyadari adanya kemudahan yang disediakan oleh pihak Shopee dan mahasiswa memahami risiko yang terkait dengan penggunaan Shopee *Paylater*.

Dengan itu diharapkan agar mahasiswa lebih waspada dalam mengelola keuangan dengan bijak.

Oleh karena itu, penulis memperluas objek penelitian yaitu pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau. Hal ini juga dikarenakan mahasiswa memiliki kedekatan dengan teknologi digital bahkan memanfaatkan aplikasi Shopee dalam berbelanja. Diharapkan sebagai mahasiswa Politeknik Caltex Riau mampu membatasi diri dalam menggunakan Shopee *Paylater* yang dimana Shopee memberikan kemudahan dalam menggunakan dan mengoperasikannya dengan mempertimbangkan segala risiko yang dapat terjadi.

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “**Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka penulis dapat menarik suatu rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee?
2. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini sesuai dengan tujuannya maka dilakukan pembatasan terhadap ruang lingkup penelitian, maka peneliti membatasi variabel independen dengan hanya menentukan tiga faktor yaitu literasi keuangan, risiko dan persepsi kemudahan penggunaan. Penelitian ini juga membatasi responden hanya pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau yang pernah dan belum pernah bertransaksi menggunakan *paylater* pada Shopee.

1.4 Tujuan dan Manfaat Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.
2. Untuk mengetahui apakah risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.

Manfaat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang dapat berguna bagi beberapa pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Bagi Mahasiswa Politeknik Caltex Riau, dapat menerapkan dan mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari akan pemahaman literasi keuangan, risiko dan persepsi kemudahan pengguna terhadap minat menggunakan *paylater pada Shopee*.
2. Bagi Masyarakat Umum, dapat digunakan sebagai referensi dalam belajar dan menambah wawasan mengenai literasi keuangan, risiko, persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.
3. Bagi Penulis, untuk menambah wawasan dan informasi dalam meningkatkan pemahaman mengenai literasi keuangan, risiko, persepsi kemudahan penggunaan dan sebagai sarana dalam menilai kualitas diri sendiri dalam minat menggunakan *paylater* serta mengelola keuangan dengan baik.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, dapat menjadi salah satu implementasi dalam menggali temuan baru yang inovatif dan bermanfaat bagi sekitar terutama bagi kalangan mahasiswa.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan proyek akhir ini secara keseluruhan terdiri dari empat bab, masing-masing terdiri dari beberapa sub bab. Adapun pokok pembahasan dari masing-masing bab tersebut secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, beserta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan beberapa hasil penelitian terdahulu dan landasan teori yang diperlukan untuk merancang sistem.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas gambaran umum perusahaan mencakup sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan metodologi penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan analisis dan uraian atas hasil pengukuran atau pengamatan terhadap objek studi, dengan tujuan dapat memberikan bentuk penyelesaian permasalahan dari objek studi kasus yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian akhir dari Proyek Akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang dianggap meningkatkan hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
Selvy Diana Putri (Universitas Bung Hatta Padang) – 2022	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan <i>Fintech Payment (Paylater)</i> Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang)	Independen : - Literasi Keuangan - Kemudahan - Risiko Dependen : Minat menggunakan <i>fintech payment (paylater)</i>	1. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>fintech payment (paylater)</i> pada Shopee. 2. Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>fintech payment (paylater)</i> pada Shopee. 3. Risiko berpengaruh

			positif terhadap minat menggunakan <i>fintech payment</i> (<i>paylater</i>) pada Shopee.
Syafa Tasya Salsabila (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta) – 2023	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan <i>PayLater</i> Pada Mahasiswa di Indonesia	<p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan, gaya hidup, kemudahan penggunaan, manfaat. - Literasi keuangan - Gaya hidup - Kemudahan penggunaan - Manfaat <p>Dependen :</p> <p>Niat menggunakan <i>PayLater</i>.</p>	<p>1. Variabel literasi keuangan, gaya hidup, kemudahan penggunaan, manfaat secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>PayLater</i>.</p> <p>2. Variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat</p>

			<p>menggunakan <i>PayLater</i>. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan maka niat seseorang untuk menggunakan <i>PayLater</i> semakin meningkat.</p> <p>3. Variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>PayLater</i>. Artinya, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa di Indonesia maka kecenderungan</p>
--	--	--	---

			<p>untuk berniat menggunakan <i>PayLater</i> semakin meningkat.</p> <p>4. Variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>PayLater</i>. Artinya, semakin tinggi kemudahan yang didapat oleh pengguna maka keputusan pengguna berniat untuk menggunakan <i>PayLater</i></p>
--	--	--	--

			<p>semakin meningkat.</p> <p>5. Variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>PayLater</i>. Artinya, semakin tinggi manfaat yang diberikan <i>PayLater</i> kepada pengguna maka keputusan pengguna untuk berniat menggunakan <i>PayLater</i> semakin meningkat.</p>
Zaenul Abidin	Pengaruh Literasi	Independen :	1. Variabel Literasi Keuangan (X1)

<p>(Universitas Islam Negeri Walisongo) – 2023</p>	<p>Keuangan Dan <i>Fintech Payment</i> Terhadap <i>Financial Behavior</i> Mahasiswa Pada Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)</p>	<p>- Literasi keuangan - <i>Fintech payment</i> Dependen : <i>Financial Behaviour</i></p>	<p>secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap <i>Financial Behavior</i> (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.</p> <p>2. Variabel <i>Fintech Payment</i> (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Financial Behavior</i> (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam</p>
--	--	---	---

			<p>UIN Walisongo Semarang.</p> <p>3. Secara simultan Literasi Keuangan (X1) dan <i>Fintech Payment</i> (X2) berpengaruh signifikan terhadap <i>Financial Behavior</i> (Y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.</p>
<p>Vira Rahma Yuliani (UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri</p>	<p>Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial</p>	<p>Independen :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi Keuangan - Gaya Hidup - Intensitas Penggunaan Media Sosial 	<p>1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel Literasi Keuangan terhadap Perilaku</p>

<p>Purwokerto) – 2023</p>	<p>Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna Shopee <i>Paylater</i> (Survey Mahasiswa Di Purwokerto)</p>	<p>Dependen : Perilaku Konsumtif</p>	<p>Konsumtif Para pengguna Shopee <i>Paylater</i> pada mahasiswa di Purwokerto.</p> <p>2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Para pengguna Shopee <i>Paylater</i> pada mahasiswa di Purwokerto.</p> <p>3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku</p>
-------------------------------	--	--	--

			<p>Konsumtif Para pengguna <i>Shopee Paylater</i> pada mahasiswa di Purwokerto.</p> <p>4. Terdapat pengaruh signifikan variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Intensitas Penggunaan Media Sosial (X3) secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Para pengguna <i>Shopee Paylater</i> (Y) pada mahasiswa di Purwokerto</p>
--	--	--	--

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Minat

A. Pengertian Minat

Minat memegang peran yang signifikan dalam kehidupan setiap individu. Pengaruhnya terasa besar terhadap perilaku dan sikap seseorang, serta dapat menjadi sumber motivasi yang kuat dalam proses pembelajaran. Dalam KBBI menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu; gairah; keinginan. Sedangkan pengertian minat lain menurut Shalahudin dalam (Rachman, 2018) minat dapat dianggap sebagai perhatian yang mencakup unsur-unsur emosi. Hal ini menandakan bahwa minat berkaitan erat dengan perasaan senang atau tidak senang seseorang terhadap suatu hal. Dengan demikian, minat memiliki peran yang signifikan dalam menentukan sikap seseorang terhadap suatu pekerjaan atau situasi tertentu. Dengan kata lain, minat dapat berperan sebagai pendorong atau faktor motivasi dalam suatu kegiatan.

Sedangkan menurut (Ayuni, 2022) minat merupakan interaksi antara individu dengan hal-hal di luar diri individu tersebut. Ini memiliki peran yang signifikan dalam pencapaian dalam pekerjaan atau karir. Minat seringkali diinterpretasikan sebagai perasaan suka atau tidak suka terhadap suatu objek, dan seseorang yang tidak memiliki minat terhadap pekerjaan tidak mungkin dapat menyelesaikannya dengan baik. Ketertarikan individu terhadap suatu objek akan lebih jelas terlihat jika objek tersebut sesuai dengan keinginan dan preferensi individu yang bersangkutan.

Maka berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat memiliki peran penting dalam kehidupan individu karena mempengaruhi perilaku, sikap, dan motivasi seseorang. Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, yang melibatkan unsur emosi seperti gairah dan keinginan. Minat dapat menjadi pendorong atau motivasi dalam berbagai kegiatan, termasuk dalam pekerjaan atau karir. Minat juga dapat diartikan interaksi antara individu dan hal-hal di luar diri individu tersebut, yang berpengaruh pada pencapaian dalam pekerjaan atau karir. Kesesuaian antara minat individu dengan objek atau situasi tertentu sangat penting untuk memastikan keterlibatan dan keberhasilan dalam melakukan aktivitas tersebut.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Syah dalam (Rachman, 2018) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan minat, yakni faktor internal dan eksternal dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor internal

Faktor Internal merujuk pada faktor-faktor yang timbul dari dalam individu itu sendiri. Sebagai ilustrasi, jika seorang mahasiswa mengalami kesulitan dalam pembelajaran, dia akan mempelajari materi tersebut secara berulang-ulang secara mandiri untuk mengatasi kesulitan tersebut. Merujuk pada hal-hal yang berasal dari dalam diri individu, seperti kesulitan belajar yang mendorong seseorang untuk belajar secara mandiri.

2. Faktor eksternal

A. Keluarga

Peran keluarga sangat penting karena keluarga merupakan institusi pertama dan paling utama dalam membentuk individu. Di dalam lingkungan keluarga, seseorang dapat mengembangkan kebiasaan, pola pikir, sikap, dan cita-cita yang menjadi dasar kepribadiannya.

B. Teman pergaulan

Lingkungan sosial di sekitar individu memiliki kemampuan untuk mengembangkan minat seseorang dengan cara yang serupa dengan lingkungan keluarga. Bahkan dalam beberapa kasus, teman sebaya atau lingkungan pergaulan bisa memiliki pengaruh yang lebih besar dalam menanamkan minat atau cita-cita.

Adapun pendapat (Wildan, 2019), yang menyatakan terdapat tiga faktor yang memiliki potensi untuk mempengaruhi minat setiap individu antara lain sebagai berikut:

1. Faktor yang berasal dari dalam diri individu yang terkait dengan aspek fisik dan mental.
2. Faktor motif sosial melibatkan keinginan untuk memperoleh penghargaan dari lingkungan tempat individu berada.
3. Faktor emosional mengukur sejauh mana seseorang menunjukkan intensitas perhatian terhadap keinginan atau objek tertentu.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam (Siregar, 2022), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

1. Faktor Psikologi

Keputusan individu untuk menggunakan atau membeli suatu produk juga dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yakni motivasi, persepsi, keyakinan, dan perilaku.

2. Faktor Pribadi

Kepribadian individu dapat didefinisikan sebagai kumpulan sifat perilaku yang berlangsung dalam jangka panjang. Minat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti usia dan tahap kehidupan, jenis pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan pandangan tentang diri sendiri.

3. Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial ini meliputi pengaruh dari kelompok referensi, keluarga, status sosial, dan peran sosial dalam menentukan minat individu.

Dari berbagai pendapat yang diuraikan, dapat disimpulkan bahwa perkembangan minat individu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi hal-hal yang timbul dari dalam diri individu, seperti kesulitan belajar, sementara faktor eksternal mencakup pengaruh lingkungan sosial, terutama keluarga dan teman pergaulan. Selain itu, faktor seperti motivasi, persepsi, keyakinan, perilaku, kepribadian, dan pengaruh sosial juga berperan dalam membentuk minat seseorang. Minat seseorang juga dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara faktor-faktor internal, lingkungan, emosional, serta motivasi dan ambisi individu.

C. Indikator Minat

Indikator dapat dijelaskan sebagai hal yang memberikan petunjuk atau informasi. Dalam konteks minat, terdapat beberapa indikator yang berpengaruh, yang dapat diukur melalui 4 aspek seperti yang diungkapkan oleh Pavlou dalam (Harahap & Bustami, 2021):

1. Keinginan untuk menggunakan.

2. Penggunaan yang konsisten.

3. Niat untuk terus menggunakan di masa mendatang.

Sedangkan, menurut Slameto dalam (Nurhasanah & Sobandi, 2016), yaitu ketertarikan, perhatian, motivasi, dan pengetahuan.

1. Ketertarikan

Ketertarikan diartikan sebagai perasaan antusiasme seseorang terhadap suatu hal yang memicu keinginan untuk memahami lebih lanjut. Individu yang tertarik akan aktif belajar dan mengeksplorasi ilmu yang terkait dengan subjek tersebut dengan penuh semangat.

2. Perhatian

Perhatian adalah kemampuan untuk fokus pada suatu hal, mengesampingkan distraksi dan memusatkan pikiran pada

aktivitas yang sedang dilakukan. Siswa yang memiliki minat akan menunjukkan tingkat perhatian yang tinggi terhadap subjek yang dipelajari, dengan pikiran yang terfokus pada materi pembelajaran.

3. Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang mendorong individu untuk melakukan tindakan belajar dan mencapai tujuan tertentu. Individu yang memiliki minat akan memiliki motivasi yang kuat untuk terlibat aktif dalam proses pembelajaran dan mencapai hasil yang diinginkan.

4. Pengetahuan

Pengetahuan mengacu pada pemahaman yang luas tentang suatu subjek dan pemahaman akan manfaat subjek tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Individu yang memiliki minat akan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang subjek tersebut dan mengerti bagaimana aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Ferdinand dalam (Siregar, 2022), minat beli dapat dikenali melalui beberapa tanda, termasuk:

1. Perhatian (*Attention*)

Ini menunjukkan tingkat perhatian yang signifikan dari konsumen terhadap suatu hal.

2. Ketertarikan (*Interest*)

Setelah munculnya perhatian, konsumen kemudian mulai tertarik pada suatu produk atau jasa.

3. Keinginan (*Desire*)

Ini merupakan lanjutan dari proses ketertarikan di mana konsumen mulai merasa ingin memiliki atau memperoleh produk tersebut.

4. Keyakinan (*Conviction*)

Proses di mana individu mulai yakin dan percaya pada produk atau jasa yang diinginkannya, yang kemudian mengarah pada keputusan untuk memperolehnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator minat memberikan gambaran tentang seberapa besar minat individu terhadap suatu objek atau subjek, baik itu produk, jasa, maupun topik pembelajaran, dan membantu dalam memahami perilaku dan keputusan individu terkait dengan hal tersebut. Indikator untuk mengukur minat seseorang lebih bersifat internal, seperti ketertarikan, perhatian, motivasi dan pengetahuan.

2.2.2 Literasi Keuangan

A. Pengertian Literasi Keuangan

Perkembangan industri jasa keuangan semakin kompleks dan kondisi pasar keuangan pun berubah. Oleh karena itu, perlu dipahami pengetahuan keuangan dasar terkait kunci keamanan keuangan modern (Azis & Arif, 2023). Pengetahuan keuangan kini sudah menjadi suatu kebutuhan bagi setiap individu agar dapat mengoptimalkan penggunaan instrumen dan produk keuangan. Hal ini diperlukan agar mereka dapat membuat keputusan yang tepat demi kesejahteraan masyarakat. Adapun pengertian literasi keuangan menurut (Latifiana, 2016) yang menyatakan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengkomunikasikan situasi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi seseorang. Hal ini mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan-pilihan keuangan, kemampuan mendiskusikan masalah keuangan dan kemampuan untuk merencanakan masa depan.

Menurut Mu'amala dalam (Salsabila, 2023) literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi perilaku dan sikap individu dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam mengelola keuangan, dengan tujuan mencapai kesejahteraan.. Pentingnya literasi keuangan tidak hanya terbatas pada tingkat individu, melainkan juga memiliki pengaruh signifikan pada kemajuan ekonomi suatu negara. Oleh karena itu, salah satu indikator kemajuan suatu negara dapat dilihat dari kesadaran masyarakat terhadap pentingnya literasi keuangan. Dan adapun menurut (Abidin, 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan adalah serangkaian proses atau aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dalam mengelola keuangan dengan lebih efektif.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Setiap individu memiliki tingkat literasi keuangan yang beragam, dan perbedaan ini menjadi penyebab signifikan dari variasi antara satu orang dengan yang lainnya dalam akumulasi aset, baik itu untuk jangka pendek maupun jangka panjang. (Hariyanti & Artiyany, 2020) menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti karakteristik demografi (seperti jenis kelamin, etnis,

pendidikan, dan kemampuan kognitif), latar belakang keluarga, tingkat kekayaan, dan preferensi terhadap pengelolaan waktu.

Menurut Monticone dalam (Harahap & Bustami, 2021) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan individu bervariasi, yang mengakibatkan perbedaan yang signifikan antara satu individu dengan yang lainnya dalam mengelola aset baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Faktor-faktor seperti karakteristik demografis (seperti jenis kelamin, etnis, tingkat pendidikan, dan kemampuan kognitif), latar belakang keluarga, kekayaan, dan preferensi waktu mempengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang.

Sedangkan menurut Marbun dalam kutipan yang sama yaitu (Harahap & Bustami, 2021), menyatakan bahwa faktor pribadi (seperti tingkat kecerdasan dan kemampuan kognitif), sosial, dan ekonomi memiliki potensi untuk memengaruhi literasi keuangan dan perilaku keuangan individu.

Maka, dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab perbedaan tingkat literasi keuangan seseorang, baik itu berasal dari faktor internal individu maupun faktor eksternal.

C. Indikator Literasi Keuangan

Terdapat beberapa indikator literasi keuangan yang diukur yang dinyatakan (OJK, 2019) yaitu:

1. Pengetahuan Dasar Keuangan Pribadi
2. Tabungan dan Pinjaman
3. Asuransi
4. Investasi

Menurut Remund dalam (Latifiana, 2016) menyatakan bahwa terdapat empat konsep utama yang sering muncul dalam literasi keuangan, yaitu pengelolaan anggaran, menabung, meminjam, dan berinvestasi.

Yang dimana pendapat di atas tidak jauh beda dengan pendapat Hilgert dan Hogart dalam (Laily, 2016) menyatakan bahwa tanda-tanda literasi keuangan yang baik mencakup:

1. Cara atau sikap individu dalam mengelola keluar masuknya uang
2. Pengelolaan kredit
3. Praktik menabung
4. Keterlibatan dalam investasi

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan melibatkan pemahaman dan praktik dalam berbagai aspek keuangan pribadi. Indikator-indikator yang diukur dalam literasi keuangan mencakup pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, pinjaman, asuransi, dan investasi. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan melibatkan pemahaman dan keterampilan praktis dalam mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan yang lebih baik.

2.2.3 Risiko

A. Pengertian Risiko

Menurut istilah ekonomi, risiko merujuk pada peluang di mana hasil sebenarnya dapat berbeda dari hasil yang diharapkan atau potensi nilai yang bisa hilang atau diperoleh yang dapat diukur. Definisi risiko dapat bervariasi tergantung pada konteksnya, sehingga definisi yang sesuai jika dilihat dari perspektif tertentu adalah paparan terhadap ketidakpastian pendapatan (Eddie, 2020). Adapun Philip menyatakan dalam (Harahap & Bustami, 2021) bahwa risiko merujuk pada potensi kerugian finansial, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan (Nizar, 2020) berpendapat bahwa risiko adalah sejenis ketidakpastian yang harus dihadapi oleh pengguna ketika menggunakan layanan *fintech*.

Dapat disimpulkan bahwa definisi risiko dapat berbeda tergantung pada konteksnya. Namun, secara umum, risiko mengacu pada ketidakpastian pendapatan. Ini mencerminkan potensi kerugian finansial yang dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Begitupun dalam penggunaan layanan *fintech*, risiko akan menjadi ketidakpastian yang harus dihadapi oleh pengguna.

B. Faktor-Faktor yang Menyebabkan Risiko

Menurut Ramadhani dalam penelitian yang dilakukan oleh (Prastiwi & Fitria, 2021) menyatakan bahwa terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum menggunakan Shopee *Paylater*:

1. Adanya biaya tambahan seperti bunga
2. Jiwa konsumtif yang semakin meningkat atau sulit ditahan
3. Pengelolaan keuangan berantakan
4. Adanya denda yang dikenakan jika telat membayar

Rahim berpendapat dalam (Harahap & Bustami, 2021), tingkat risiko akan meningkat jika:

1. Informasi tentang produk terbatas.

2. Produk merupakan inovasi baru.
 3. Harga produk tinggi.
 4. Produk memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi.
 5. Pengguna memiliki ketidakpastian dalam mengevaluasi merek.
 6. Produk memiliki signifikansi yang besar bagi pengguna.
- (Murniati, 2021) berpendapat bahwa terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan untuk menggunakan Shopee *Paylater*, yang meliputi:

1. Besaran bunga yang beda antara saat *checkout* dan saat pembayaran
2. Ada biaya admin tambahan
3. Risiko jika tidak membayar
4. Risiko penyalahgunaan
5. Shopee *Paylater* tidak dapat dinonaktifkan

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebelum menggunakan Shopee *Paylater*, penting untuk mempertimbangkan biaya tambahan seperti bunga dan administrasi lainnya, potensi meningkatnya perilaku konsumtif, pengelolaan keuangan yang berantakan, risiko denda jika terlambat membayar, dan risiko lainnya.

C. Indikator Risiko

Risiko dapat diklasifikasikan ke dalam lima indikator, yang antara lain sebagai berikut (Basalamah et al., 2022):

1. Risiko Finansial (*financial risk*) terjadi ketika seseorang menghadapi masalah keuangan setelah membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Risiko Kinerja (*functional risk*) terjadi ketika seseorang tidak memperoleh fungsi dari suatu produk sesuai dengan harapan mereka.
3. Risiko Psikologis (*psychological risk*) adalah perasaan, emosi, atau ego yang dirasakan oleh individu sebagai dampak dari pembelian atau penggunaan suatu produk.
4. Risiko Fisik (*physical risk*) adalah dampak negatif yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan suatu produk.
5. Risiko Sosial (*social risk*) adalah risiko yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial sekitar pengguna terkait penggunaan suatu produk.

Adapun pendapat Rahim dalam (Harahap & Bustami, 2021) yang menyatakan bahwa semakin besar risiko yang ditimbulkan, semakin mungkin pengguna akan cenderung menghindari penggunaan produk tersebut. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi risiko adalah sebagai berikut:

1. Terdapat risiko yang terjadi
2. Terdapat kerugian yang terjadi
3. Terdapat pandangan bahwa produk tersebut membawa risiko

Menurut Fani Purwanti dalam (Fahmiati, 2020), indikator risiko dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Faktor Fisik

Risiko yang disebabkan oleh faktor fisik meliputi fenomena alam seperti angin, api, banjir, dan gempa bumi. Faktor fisik alam, seperti gempa bumi dan banjir, tidak dapat dikendalikan atau dicegah. Faktor fisik non-alam, di sisi lain, berkaitan dengan teknologi atau benda-benda yang diciptakan manusia.

2. Faktor Sosial

Risiko yang disebabkan oleh faktor sosial terkait dengan kondisi atau perilaku manusia. Contohnya adalah kelalaian, penipuan, dan pencurian. Faktor sosial ini bisa berasal dari tingkah laku individu, seperti kelalaian dalam memberikan pakan dalam proses produksi peternakan.

3. Faktor Ekonomi

Risiko ekonomi meliputi ketidakpastian harga, fluktuasi suku bunga, dan perubahan nilai tukar mata uang. Sebagai contoh, ketika nilai tukar rupiah turun secara drastis, banyak perusahaan di Indonesia mengalami kesulitan, bahkan gulung tikar, karena risiko kerugian yang tinggi dalam transaksi ekonomi.

Maka, dapat disimpulkan risiko diklasifikasikan ke dalam lima indikator utama, yaitu risiko finansial, risiko kinerja, risiko psikologis, risiko fisik, dan risiko sosial. Semakin besar risiko yang timbul, semakin mungkin pengguna akan cenderung menghindari penggunaan produk tersebut. Indikator persepsi risiko mencakup adanya risiko, kerugian yang terjadi, dan pandangan bahwa produk tersebut membawa risiko. Selain itu, indikator risiko juga dapat dikelompokkan menurut faktor fisik, faktor sosial, dan faktor ekonomi. Dengan memahami indikator risiko ini, pengguna dapat lebih waspada dalam memilih produk atau layanan yang aman dan mengurangi risiko yang mungkin terjadi.

2.2.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan

A. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis dalam (Rahayu, 2018) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai keyakinan individu bahwa teknologi informasi dapat dipahami dengan mudah. Selain itu, Davis juga menekankan bahwa kemudahan penggunaan sistem informasi mencakup aspek-aspek seperti kemudahan pembelajaran dan pengoperasian, kemampuan untuk bekerja dengan keinginan pengguna, serta peningkatan keterampilan pengguna. Oleh karena itu, ketika konsumen merasakan bahwa biaya layanan *e-money* mudah digunakan, maka konsumen cenderung akan mengadopsi biaya layanan tersebut dalam transaksi yang dilakukan.

Menurut Nasution dalam (Rokhman et al., 2020), persepsi tentang kemudahan penggunaan adalah seberapa efektif sistem tersebut dapat mempermudah tugas pengguna sehingga cenderung sering digunakan. Penggunaan yang sering menandakan bahwa sistem tersebut lebih dikenal dan lebih mudah digunakan oleh pengguna.

Menurut (Artina, 2021) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat dilakukan dengan mudah tanpa memerlukan banyak upaya. Ini dapat diukur melalui kemudahan pembelajaran, kemampuan untuk dikendalikan, kejelasan dan kegunaan yang dapat dipahami, fleksibilitas, kemudahan untuk menjadi terampil, dan kemudahan penggunaan.

Maka, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan suatu teknologi dan akan cenderung tertarik untuk menggunakannya terus menerus.

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut Istiarni & Hadiprajitno dalam (Harahap & Bustami, 2021) terdapat beberapa faktor mempengaruhi kemudahan penggunaan teknologi yaitu:

1. Fokus pada aspek teknologi sendiri, di mana kualitas dan penggunaan berkelanjutan dari suatu teknologi dapat memberikan kenyamanan kepada pengguna. Sebagai contoh, pengalaman pengguna dengan teknologi serupa dapat memberikan kemudahan.
2. Reputasi teknologi yang diperoleh oleh pengguna juga berperan, dimana citra positif yang terdengar oleh pengguna dapat

meningkatkan keyakinan mereka terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.

3. Ketersediaan mekanisme pendukung yang handal juga memainkan peran penting, di mana adanya mekanisme pendukung yang dapat diandalkan dapat memberikan rasa nyaman dan keyakinan kepada pengguna. Ini juga dapat memperkuat persepsi positif pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi ketika menghadapi kesulitan.

Menurut Wijaya dalam (Naufal, 2020) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi:

1. Faktor pertama berkaitan dengan teknologi itu sendiri, seperti pengalaman pengguna dengan teknologi serupa. Pengalaman positif pengguna terhadap teknologi serupa akan mempengaruhi persepsi mereka terhadap teknologi baru yang serupa, dan sebaliknya.
2. Faktor kedua adalah reputasi teknologi tersebut yang didengar oleh pengguna. Reputasi yang baik akan mendorong keyakinan pengguna akan kemudahan penggunaan teknologi tersebut, dan sebaliknya. Reputasi ini tidak hanya terkait dengan teknologi yang akan diadopsi, tetapi juga teknologi serupa lainnya.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi adalah ketersediaan mekanisme dukungan yang handal. Mekanisme dukungan yang dapat dipercaya akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut. Misalnya, jika pengguna merasa yakin bahwa ada dukungan yang handal jika mereka mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi, hal ini akan mempengaruhi persepsi mereka secara positif.

Persepsi kemudahan penggunaan juga akan mempengaruhi sikap individu melalui dua mekanisme, yakni *self-efficacy* dan instrumental. Semakin mudah penggunaan teknologi, maka akan meningkatkan rasa percaya diri (*self-efficacy*) penggunaannya. Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan juga dapat berdampak pada peningkatan kinerja seseorang, hal ini dinyatakan oleh Istiarni dalam (Harahap & Bustami, 2021).

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor seperti fokus pada teknologi, reputasi, dan ketersediaan mekanisme dukunganlah yang dapat memengaruhi persepsi kemudahan penggunaan teknologi. Selain

itu, persepsi kemudahan penggunaan pada teknologi penggunaan juga berpengaruh pada sikap individu melalui peningkatan *self-efficacy* dan kinerja.

C. Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut teori Davis dalam (Annurizky, 2021), indikator persepsi kemudahan penggunaan meliputi kemudahan dalam pembelajaran, tingkat kontrol yang dimiliki, kejelasan dan kemudahan pemahaman, fleksibilitas, serta kemudahan untuk menjadi terampil atau mahir dalam penggunaannya.

Menurut (Wildan, 2019), persepsi kemudahan mengukur sejauh mana seorang individu berpendapat bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan sederhana. Suatu teknologi dianggap mudah digunakan jika memenuhi beberapa indikator berikut ini:

1. Pembelajaran teknologi tersebut dapat dilakukan dengan cepat dan tanpa kesulitan.
2. Kemudahan dan keahlian dalam memanfaatkan suatu teknologi.
3. Operasional teknologi tersebut sangat mudah.

Menurut Adnan dalam (Rokhman et al., 2020), ada tiga indikator persepsi kemudahan bagi konsumen saat melakukan pembelian:

1. *Ease* (kemudahan memperoleh)
E-commerce menyediakan sarana bagi konsumen untuk menemukan penjual dan barang serta jasa yang diinginkan dengan mudah. Konsep *Ease of shopping* mencakup kemudahan yang dirasakan oleh konsumen karena dapat menghindari gangguan fisik atau emosional saat berbelanja.
2. *Convenience* (kenyamanan)
Kenyamanan berhubungan dengan praktik belanja yang dapat menghemat waktu dan usaha konsumen selama proses pembelian. Konsep *Shopping convenience* mencakup kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen saat mereka dapat berbelanja kapan saja dan dari berbagai lokasi tanpa harus mengunjungi toko fisik.
3. *Availability* (ketersediaan)
Availability mencakup ketersediaan berbagai produk dan informasi produk sebagai pertimbangan bagi konsumen selama proses pembelian. *Availability* juga mencakup kemampuan untuk melakukan pembelian sepanjang waktu, 24 jam sehari.

Maka, dari indikator persepsi kemudahan penggunaan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator persepsi kemudahan

penggunaan terhadap teknologi mencakup kemudahan dalam pembelajaran, tingkat kontrol, kejelasan dan pemahaman, fleksibilitas, serta kemahiran penggunaannya. Persepsi kemudahan penggunaan ini mengukur sejauh mana individu merasa bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan sederhana. Tiga indikator persepsi kemudahan penggunaan dalam konteks pembelian meliputi kemudahan memperoleh (*Ease*), kenyamanan (*Convenience*), dan ketersediaan (*Availability*).

2.3 Kerangka Berpikir

2.3.1 Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mudrikah, 2021) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan produk *fintech*. Artinya, semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan sebagai modal meningkatkan kualitas hidup maka akan semakin besar rasa ketertarikan mahasiswa dalam mengikuti perkembangan perekonomian saat ini dalam era teknologi dan timbulnya minat dalam menggunakan produk *fintech* akan semakin meningkat. timbulnya minat ingin menggunakan produk *fintech* tersebut juga akan semakin meningkat. Berdasarkan temuan tersebut, dapat diajukan hipotesis pertama dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

2.3.2 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wildan, 2019) mencatat bahwa risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan *fintech*. Artinya, semakin kecil risiko yang ditimbulkan maka minat pengguna untuk bertransaksi menggunakan produk *fintech* semakin tinggi. Studi lanjutan oleh (Marisa, 2020) juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari risiko terhadap minat untuk bertransaksi melalui *fintech*. Yang dimana semakin kecil risiko yang ditimbulkan maka minat pengguna untuk bertransaksi menggunakan produk *fintech* semakin rendah.

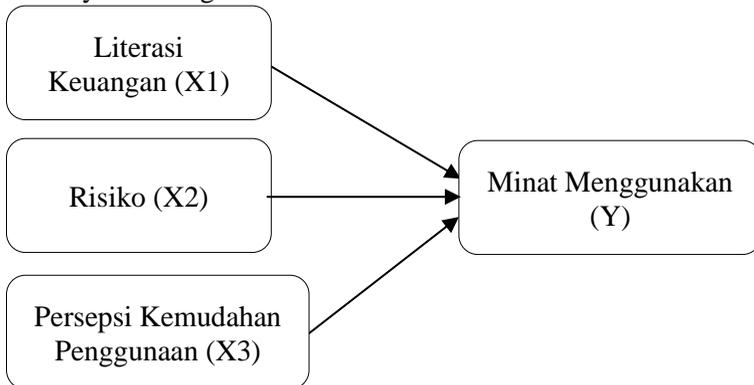
H2: Risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee

2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan *Paylater* Pada Shopee

Berdasarkan penelitian (Rizky et al., 2018) menyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking*. Yang artinya, jika layanan *e-banking* ini mudah untuk digunakan, minat untuk menggunakan *e-banking* semakin meningkat. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Wildan, 2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan *fintech*. Artinya, semakin mudah pengguna menggunakannya dan tidak merasa kesulitan maka pengguna semakin berminat untuk menggunakan produk *fintech*. Dengan dasar temuan-temuan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis ketiga dalam penelitian ini sebagai berikut:

H3: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka disusunlah kerangka penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar 2.1, dapat dijelaskan bahwa penelitian ini terdiri dari atas variabel independen (X), yaitu Literasi Keuangan (X1), Kemudahan (X2) dan Risiko (X3) yang mempengaruhi variabel dependen (Y), yaitu minat menggunakan Shopee *Paylater*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, karena hasil yang diperoleh berupa angka. Angka-angka tersebut akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data (Sugiyono, 2019). Sumber data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan umum dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang spesifik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dengan demikian, populasi merujuk pada kumpulan orang, objek, dan fenomena alam lainnya. Populasi tidak hanya mencakup jumlah individu atau objek yang menjadi fokus studi, tetapi juga menyertakan semua karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Caltex Riau yang pernah bertransaksi menggunakan *paylater* pada shopee maupun yang belum pernah bertransaksi menggunakan *paylater* pada shopee. Saat ini jumlah mahasiswa Politeknik Caltex Riau adalah 2.421 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari keseluruhan objek yang akan diteliti atau dievaluasi, yang diambil dari populasi dan memiliki karakteristik khusus yang mewakili populasi tersebut (Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, 2015). Sampel adalah representasi sebagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (Arieska & Herdiani, 2018). Jadi, kesimpulannya adalah sampel merupakan sebagian elemen dari populasi yang dapat mencerminkan karakteristik populasi yang menjadi fokus penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini dipilih karena

anggota yang dipilih dianggap mampu memberikan informasi yang relevan bagi peneliti. *Purposive sampling*, atau yang juga dikenal sebagai *judgement sampling*, adalah teknik di mana peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu individu yang merupakan Politeknik Caltex Riau yang pernah bertransaksi menggunakan *paylater* pada shopee dan yang belum pernah bertransaksi menggunakan *paylater* pada shopee. Jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 2.421 responden, yang dihitung berdasarkan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05 dengan menggunakan rumus berikut (Sugiharto et al., 2020):

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Tingkat Kesalahan

Populasi pada penelitian ini sebanyak N = 2.421 orang dengan asumsi tingkat kesalahan (e) = 5%, maka perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{2.421}{1 + (2.421 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{2.421}{1 + 6,05}$$

$$n = \frac{2.421}{7,05}$$

= 343,40 dibulatkan menjadi 343 orang

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
---------------------	----------	-----------	-------

<p>Minat menggunakan (Y)</p>	<p>Minat menggunakan mengacu pada seberapa besar keinginan Mahasiswa Politeknik Caltex Riau untuk menggunakan <i>Shopee Paylater</i> di masa yang akan datang.</p>	<p>Peneliti mengukur indikator variabel ini berdasarkan peneliti terdahulu (Harahap & Bustami, 2021) yang menyatakan bahwa minat menggunakan <i>Shopee Paylater</i> karena terdapat banyak keuntungan, adanya minat menggunakan di masa yang akan datang, adanya minat mengajak orang lain untuk menggunakan <i>Shopee Paylater</i></p>	<p>Skala Likert pengukuran 1-4, dari sangat tidak setuju s/d sangat setuju.</p>
<p>Literasi Keuangan (X1)</p>	<p>Literasi keuangan merupakan kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh Mahasiswa Politeknik Caltex Riau untuk meningkatkan kualitas hidup melalui pemahaman tentang</p>	<p>Peneliti mengukur indikator variabel ini berdasarkan peneliti terdahulu (Harahap & Bustami, 2021) yang menyatakan</p>	<p>Skala Likert pengukuran 1-4, dari sangat tidak setuju s/d sangat setuju.</p>

	<p>perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan secara efektif dan efisien dalam memenuhi kebutuhan Mahasiswa Politeknik Caltex Riau</p>	<p>bahwa literasi keuangan dapat mengontrol setiap pengeluaran, membantu mengelola keuangan secara efektif, menimbulkan rasa khawatir jika adanya hutang, mengetahui cara bertransaksi menggunakan Shopee <i>Paylater</i>, dan dapat mengukur kemampuan menyelesaikan pinjaman tepat waktu</p>	
<p>Risiko (X2)</p>	<p>Risiko merupakan hal-hal negatif yang kemungkinan dapat terjadi dalam menggunakan Shopee <i>Paylater</i>, inilah yang harus diperhatikan oleh Mahasiswa Politeknik Caltex Riau agar dapat mempertimbangkan saat bertransaksi menggunakan Shopee <i>Paylater</i></p>	<p>Peneliti mengukur indikator variabel ini berdasarkan peneliti terdahulu (Nufusiah, 2023) dan penulis juga sedikit memodifikasi dengan persepsi penulis yang menyatakan</p>	<p>Skala Likert pengukuran 1-4, dari sangat tidak setuju s/d sangat setuju.</p>

		<p>bahwa menggunakan Shopee <i>Paylater</i> sangat berisiko, adanya rasa ketakutan terlilit hutang jika menggunakan Shopee <i>Paylater</i>, adanya rasa ketergantungan, adanya rasa ketakutan dalam membayar tagihan serta denda keterlambatan membayar dan kekhawatiran terhadap data pribadi dapat tersebar</p>	
<p>Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)</p>	<p>Persepsi kemudahan penggunaan mengukur sejauh mana Mahasiswa Politeknik Caltex Riau menganggap bahwa menggunakan Shopee <i>Paylater</i> dapat digunakan dengan mudah</p>	<p>Peneliti mengukur indikator variabel ini berdasarkan peneliti terdahulu (Harahap & Bustami, 2021) yang menyatakan bahwa penggunaan Shopee</p>	<p>Skala Likert pengukuran 1-4, dari sangat tidak setuju s/d sangat setuju.</p>

		<p><i>Paylater</i> sangat mudah untuk dimengerti dari tahapannya dan juga pada saat bertransaksi menggunakan Shopee <i>Paylater</i> Komunikasi antara individu dan sistem terjadi dengan jelas dan dapat dimengerti dengan mudah.</p>	
--	--	---	--

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik survei dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2019). Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis angket tertutup, di mana responden hanya perlu memilih pilihan jawaban yang telah disediakan.

3.5 Skala Pengukuran Data

Skala Likert merupakan alat pengukuran yang dipakai untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi seseorang terhadap suatu situasi. Biasanya, skala ini digunakan dalam riset atau survei untuk mengumpulkan data. Dengan menggunakan skala likert, variabel yang akan diukur dipecah menjadi indikator-indikator variabel. Dengan tujuan untuk membantu peneliti dalam menilai sikap individu atau kelompok, serta memastikan penelitian tetap terfokus pada topik utama tanpa menyimpang. Bentuk pertanyaan yang digunakan dalam pengukuran skala likert yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS), yang dinyatakan oleh (Sugiyono, 2019). Bentuk-bentuk pertanyaan tersebut diberi skor 4, 3, 2, dan 1. Pemberian skor pada kategori jawaban instrumen item sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Alternatif Pilihan	Item	
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Setuju (SS)
2	Tidak Setuju (TS)	Setuju (S)
3	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)
4	Sangat Setuju (SS)	Sangat Tidak Setuju (STS)

Pada Tabel 3.2 di atas menunjukkan bahwa peneliti menggunakan skala likert 4 alternatif dikarenakan skala likert 4 alternatif memberikan tingkat kejelasan dalam respon yang cukup untuk membedakan antara berbagai tingkat sikap atau persepsi tanpa terlalu membingungkan responden dengan terlalu banyak pilihan dan jumlah pilihan yang terbatas memudahkan analisis data tanpa kehilangan kekayaan informasi yang relevan. Alasan lainnya yaitu, dengan skala likert 4 alternatif lebih memudahkan responden dalam memahami pilihan yang disediakan daripada skala dengan jumlah pilihan yang lebih banyak dan dengan penggunaan skala likert 4 alternatif memungkinkan dapat meminimalkan tingkat ambiguitas yang mungkin timbul pada skala yang lebih luas.

Tabel 3.3 *Blueprint* Skala

Variabel	No Soal		Jumlah Soal
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Minat Menggunakan		1,2,3,4,5,6	6
Literasi Keuangan	1,2,3,4,5,6		6
Risiko	1,2,3,4,5,6,7,8		8
Persepsi Kemudahan Penggunaan		1,2,3,4,5	5
Total	14	11	25

Peneliti menggunakan pernyataan *favourable* dan *unfavourable* dimana *favourable* disajikan untuk pernyataan yang mendukung atau memihak pada objek penelitian sedangkan *unfavourable* disajikan untuk pernyataan yang tidak mendukung atau tidak memihak objek penelitian. Dengan adanya pernyataan *favourable* dan *unfavourable* pernyataan yang disajikan tidak semua positif (mendukung) dan tidak semua negatif (tidak mendukung) yang seolah-olah isi skala memihak atau tidak mendukung sama sekali.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian berfungsi untuk memberikan gambaran atau deskripsi mengenai objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Metode ini menyajikan informasi tentang data dengan melihat rata-rata (mean), deviasi standar, varians, serta nilai maksimum dan minimum. Selain itu, statistik deskriptif juga melibatkan proses pengolahan data penelitian menjadi bentuk tabulasi yang memudahkan pemahaman dan interpretasi.

3.6.2 Uji Kualitas Data

3.6.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dimaksudkan untuk menilai kecocokan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam menggambarkan suatu variabel (Ghozali, 2018). Oleh karena itu, kuesioner yang valid adalah kuesioner yang sesuai dengan tujuan penelitian dan mampu mengukur variabel dengan tepat.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada seberapa konsisten suatu pertanyaan dalam kuesioner diukur oleh pengukur. Menurut studi yang dilakukan oleh (Mulyono, 2012), “SPSS menyediakan fasilitas untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Alpha Cronbach* (α). Suatu konstruk atau variabel dianggap memiliki reliabilitas jika mendapatkan nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$ ”.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah model regresi, variabel pengganggu, atau residual memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2018). Sebuah model regresi yang baik diharapkan memiliki residual yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan statistik parametrik *one-sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Jika tingkat signifikansi hasil uji lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

3.6.2.1 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan apakah ada hubungan atau korelasi antara variabel independen. Sebuah model regresi yang baik

diharapkan tidak memiliki korelasi antara variabel independennya. Untuk mengevaluasi korelasi ini, nilai tolerance seharusnya di atas 10%, dan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai yang dihasilkan seharusnya kurang dari 10. Apabila nilai-nilai ini tidak memenuhi kriteria tersebut, maka akan terjadi masalah multikolinearitas, dan model regresi tersebut tidak dapat dianggap layak untuk digunakan (Ghozali, 2018).

$$VIF = \frac{1}{\text{Tolerance Value}}$$

3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam pengamatan ini dapat dilakukan dengan cara uji Park. Uji Park merupakan salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas pada data pada variabel didalam penelitian dengan meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat. Tujuan dilakukan Uji Park adalah untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas pada error. Dimana pengujiannya dilakukan melalui regresi antara variabel bebas dengan error. Cara pengujian dengan SPSS dengan melihat nilai signifikansi jika $> 0,05$ berarti tidak terdapat heteroskedastisitas di dalam penelitian, dan bila signifikansi $0,05$ yang berarti terdapat heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dengan uji Park adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Karena variabel independennya lebih dari satu, motivasi dan tingkat literasi maka untuk pengujian H1 digunakan analisis regresi linear berganda. Dimana analisis regresi linear berganda bertujuan untuk melihat secara langsung pengaruh variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Persamaan untuk analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Minat Menggunakan

α = Konstanta

b_1 s. d b_2 = Koefisiensi regresi

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = Risiko

X_3 = Persepsi Kemudahan Penggunaan

3.6.4.2 Uji t

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018), uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1, dimana semakin mendekati nol, semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen dalam persamaan regresi. Sebaliknya, semakin mendekati angka 1, semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan tentang hasil dari studi dan analisis data yang dikumpulkan melalui distribusi kuesioner menggunakan Google Form, yang dilakukan mulai tanggal 18 Juni 2024 sampai 29 Juni 2024. Penulis akan mengevaluasi data yang terkumpul sesuai dengan pokok permasalahan yang telah diuraikan di awal bab ini. Hasil analisis data akan memberikan informasi mengenai validitas hipotesis yang diajukan.

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Politeknik Caltex Riau dengan jumlah 2.421 mahasiswa. Sampel yang diperlukan dalam penelitian adalah sebanyak 343 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada seluruh mahasiswa Politeknik Caltex Riau.

4.2 Identitas Responden

Berdasarkan hasil dari tabulasi data, dapat dikelompokkan karakteristik responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini yaitu meliputi: Angkatan dan Program studi. Berikut ini akan diuraikan identitas responden sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel berikut:

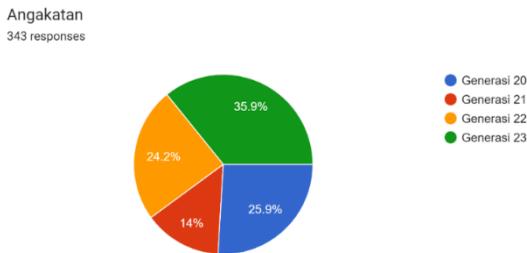
Tabel 4.1 Identitas Responden

Demografi	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Angkatan	Generasi 20	89	25,9
	Generasi 21	48	14
	Generasi 22	83	24,2
	Generasi 23	123	35,9
Total		343	100%
Program Studi	Akuntansi Perpajakan	129	37,6
	Sistem Informasi	69	20,1
	Teknik Elektronika Telekomunikasi	15	4,4
	Teknik Informatika	67	19,5
	Teknik Listrik	12	3,5

	Teknik Mesin	6	1,7
	Teknik Rekayasa Jaringan Telekomunikasi	7	2
	Teknik Rekayasa Komputer	15	4,4
	Teknik Rekayasa Mekatronika	13	3,8
	Teknik Rekayasa Sistem Elektronika	10	2,9
Total		343	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

1. Diagram Persentasi Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan

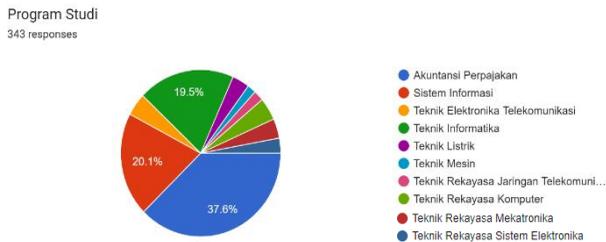


Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 4.1 Angkatan Mahasiswa Politeknik Caltex Riau

Dari gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa dari 343 responden terbagi pada 4 kategori angkatan generasi 20, generasi 21, generasi 22 dan generasi 23. Karakteristik responden berdasarkan Angkatan, menunjukkan bahwa kedudukan pertama di dominasi oleh responden generasi 23 yang berjumlah 123 responden dengan persentase 35,9, kedudukan kedua diikuti dari generasi 20 berjumlah 89 dengan persentase 25,9, kedudukan ketiga oleh generasi 22 berjumlah 83 dengan persentase 24,2 dan kedudukan terakhir oleh generasi 21 berjumlah 48 dengan persentase 14. Maka dapat disimpulkan, bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah mahasiswa Politeknik Caltex Riau angkatan generasi 23.

2. Diagram Persentasi Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi



Sumber: Data primer diolah, 2024

Gambar 4.2 Program Studi Politeknik Caltex Riau

Dari gambar 4.2 di atas dapat dilihat bahwa dari 343 responden terbagi pada 10 kategori program studi yaitu akuntansi perpajakan, sistem informasi, Teknik elektronika telekomunikasi, teknik informatika, teknik listrik, teknik mesin, teknik rekayasa jaringan telekomunikasi, teknik rekayasa komputer, teknik rekayasa mekatronika dan teknik rekayasa sistem elektronika. Karakteristik responden berdasarkan program studi, menunjukkan bahwa banyak di dominasi oleh mahasiswa program studi akuntansi perpajakan. Hal ini dapat dilihat dari keseluruhan responden yang ada bahwasanya mahasiswa akuntansi perpajakan berjumlah 129 responden dengan persentase 37,6 Maka dapat disimpulkan, bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah mahasiswa Politeknik Caltex Riau program studi akuntansi perpajakan.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini perlu dilakukab untuk melihat gambaran data secara seperti nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu Literasi Keuangan (X1), Risiko (X2), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) dan Minat Menggunakan (Y). Mengenai hasil Uji Statistik Deskriptif penelitian dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Total_X1	343	6.00	24.00	19.0321	2.63504
Total_X2	343	8.00	32.00	25.3557	4.49321
Total_X3	343	5.00	20.00	12.1953	3.31129
Total_Y	343	6.00	24.00	17.4373	4.05820
Valid N (listwise)	343				

Sumber: Lampiran Output SPSS

Berdasarkan hasil Uji Deskriptif di atas, dapat dilihat data yang diperoleh adalah:

1. Variabel Literasi Keuangan (X1), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 6 sedangkan nilai maksimum sebesar 24 dan rata-rata sebesar 19,0321. Standar deviasi data Literasi Keuangan adalah 2,63504, dimana jika nilai standar deviasi lebih kecil dari mean menunjukkan bahwa variabel data memiliki sebaran lebih kecil atau tidak terdapat kesenjangan signifikan antara nilai maksimum dan minimum (Darmawan, 2019).
2. Variabel Risiko (X2), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 8 sedangkan nilai maksimum sebesar 32 dan rata-rata sebesar 25,3557. Standar deviasi data Risiko adalah 4,49820, dimana jika nilai standar deviasi lebih kecil dari mean menunjukkan bahwa variabel data memiliki sebaran lebih kecil atau tidak terdapat kesenjangan signifikan antara nilai maksimum dan minimum (Darmawan, 2019).
3. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 5 sedangkan nilai maksimum sebesar 20 dan rata-rata sebesar 12,1953. Standar deviasi data Persepsi Kemudahan Penggunaan adalah 3,31129, dimana jika nilai standar deviasi lebih kecil dari mean menunjukkan bahwa variabel data memiliki sebaran lebih kecil atau tidak terdapat kesenjangan signifikan antara nilai maksimum dan minimum (Darmawan, 2019).
4. Variabel Minat Menggunakan (Y), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 6 sedangkan nilai maksimum sebesar 24 dan rata-rata sebesar 17,4373. Standar

deviasi data Minat Menggunakan adalah 4,05820, dimana jika nilai standar deviasi lebih kecil dari mean menunjukkan bahwa variabel data memiliki sebaran lebih kecil atau tidak terdapat kesenjangan signifikan antara nilai maksimum dan minimum (Darmawan, 2019).

4.3.2 Uji Kualitas Data

4.3.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bahwa butir-butir pertanyaan kuesioner saling berkorelasi atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan hasil korelasi skor jawaban masing-masing responden dengan total skor masing-masing variabel dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05 dan 0,01. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dikatakan valid atau berkorelasi. Uji validitas juga dilakukan dengan melihat nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka data dinyatakan valid atau berkorelasi. Hasil perhitungan dengan SPSS menunjukkan hasil korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	Nilai r_{hitung}	Nilai Signifikan	Hasil Uji
X1.1	0,605	0,000	Valid
X1.2	0,494	0,000	Valid
X1.3	0,585	0,000	Valid
X1.4	0,663	0,000	Valid
X1.5	0,756	0,000	Valid
X1.6	0,709	0,000	Valid
X2.1	0,749	0,000	Valid
X2.2	0,815	0,000	Valid
X2.3	0,835	0,000	Valid
X2.4	0,743	0,000	Valid
X2.5	0,793	0,000	Valid
X2.6	0,705	0,000	Valid
X2.7	0,644	0,000	Valid
X2.8	0,756	0,000	Valid
X3.1	0,920	0,000	Valid
X3.2	0,945	0,000	Valid
X3.3	0,954	0,000	Valid

X3.4	0,881	0,000	Valid
X3.5	0,940	0,000	Valid
Y.1	0,766	0,000	Valid
Y.2	0,848	0,000	Valid
Y.3	0,843	0,000	Valid
Y.4	0,885	0,000	Valid
Y.5	0,851	0,000	Valid
Y.6	0,804	0,000	Valid

Sumber: Lampiran Output SPSS

Dari hasil korelasi tersebut dapat diketahui masing-masing pertanyaan memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan nilai dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,106. Dengan demikian data dinyatakan valid atau berkorelasi dan dilanjutkan uji berikutnya.

4.3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat ketetapan hasil pengukuran. Dalam penelitian ini dalam menguji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *Alpha Cronbach* atau nilai koefisien alpha reliabilitas. Jika nilai alpha lebih dari 0,6 maka data dinyatakan reliabel.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>AlphaCronbach</i>	Pernyataan
Literasi Keuangan (X1)	0,694	Reliabel
Risiko (X2)	0,892	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)	0,960	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0,911	Reliabel

Sumber: Data Primer 2024

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* atau nilai koefisien alpha reliabilitas lebih besar dari 0,6. Dengan demikian data dinyatakan reliabel sehingga dapat dilakukan uji selanjutnya.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam metode regresi biasanya ditemukan beberapa masalah. Oleh karena itu untuk mendeteksi apakah terdapat sebuah masalah regresi pada penelitian ini, maka dilakukannya uji asumsi klasik yang meliputi pengujian: (1) Normalitas, (2) Multikolinieritas, (3) Heteroskedastisitas.

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normal atau tidaknya distribusi nilai residual dari suatu regresi. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Penelitian ini menggunakan metode Uji *One Sample Kolmogrov Smirnov*, pada metode ini nilai residual terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Output yang dihasilkan dari data yang telah diinput adalah 0,200 lebih besar dari 0,05 (nilai signifikansi $>0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut normal. Dapat dilihat nilai *kolmogorov* dan *Asymp. Sig* nya yang dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		343
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	349.275.699
Most Extreme Differences	Absolute	.035
	Positive	.028
	Negative	-.035
Test Statistic		.035
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Sumber: Output SPSS

Dilihat dari Tabel 4.4 diperoleh hasil nilai *Asymp. Sig* diperoleh sebesar 0,200 $>0,05$ maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas untuk mengetahui apakah antar variabel independen saling berkorelasi atau tidak. Jika terjadi korelasi antar variabel independen akan mengakibatkan prediksi terhadap variabel dependen menjadi bias. Seharusnya dalam sebuah analisis regresi tidak terjadi multikolinieritas. Jika nilai *tolerance* $>0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas, dan jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungan SPSS menunjukkan bahwa:

Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Kesimpulan
Literasi Keuangan	0,811	1,233	Tidak terjadi Multikolinearitas
Risiko	0,918	1,089	Tidak terjadi Multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,802	1,247	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data Primer 2024

Dari data hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* >0,10, dan nilai VIF <10,00.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan uji statistik yaitu uji Park. Uji Park merupakan salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas pada data pada variabel di dalam penelitian dengan meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat. Tujuan dilakukan Uji Park adalah untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas pada error. Dimana pengujiannya dilakukan melalui regresi antara variabel bebas dengan error. Cara pengujian dengan SPSS dengan melihat nilai signifikansi jika > 0,05 berarti tidak terdapat heteroskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas dari variabel literasi keuangan, risiko dan persepsi kemudahan penggunaan dalam minat menggunakan *paylater* pada Shopee.

Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Park

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	1.477	1.202		1.229	.220
	Total_X1	.058	.048	.072	1.207	.228
	Total_X2	-.034	.027	-.072	-1.278	.202
	Total_X3	-.037	.039	-.058	-0.960	.338

a. Dependent Variable: LN_U2

Sumber: Output SPSS

Berikut tabel hasil uji park menjelaskan hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikan	Kesimpulan
Literasi Keuangan	0,228	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Risiko	0,202	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,338	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji park pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa sig. pada masing-masing variabel bernilai lebih dari 0.05. dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini. dan variabel-variabel independen dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.3.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk memprediksi nilai suatu variabel terikat akibat pengaruh dari variabel bebas. Berikut ini adalah hasil pengolahan data regresi linear berganda:

Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	9,568	1,995		4,797	.000
	Total_X1	-.206	.080	-.134	-2,583	.010
	Total_X2	.294	.044	.325	6,667	.000
	Total_X3	.357	.064	.291	5,577	.000
a. Dependent Variable: Total_Y						

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.8, persamaan regresi linear berganda dapat disusun sebagai berikut:

1. Konstanta = 9,568
2. Literasi Keuangan = -0,206
3. Risiko = 0,294
4. Persepsi Kemudahan Penggunaan = 0,357

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linear berganda sehingga diketahui persamaan berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 9,568 + (-0,206)X_1 + 0,294X_2 + 0,357X_3$$

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 9,568 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen dianggap konstan yaitu Literasi Keuangan, (X1), Risiko (X2) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3) maka nilai Minat Menggunakan *Paylater* pada Shopee meningkat sebesar 9,568.
- b. Nilai koefisien beta sebesar -0,206 dan bertanda negatif pada variabel literasi keuangan mengartikan bahwa variabel literasi keuangan memiliki hubungan berlawanan dengan minat menggunakan *paylater* pada shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki, semakin meningkat minat menggunakan *paylater* pada shopee oleh mahasiswa dan semakin membuat mahasiswa beranggapan penggunaan *paylater* pada shopee tidak berisiko maka minat menggunakan *paylater* pada shopee akan meningkat sebesar 20,6%. Hal ini dapat diperkirakan karena penggunaan *paylater* pada Shopee di kalangan mahasiswa belum tereduksi mengenai keuangan yang lebih intensif dari penggunaan *paylater* pada Shopee sehingga hipotesis pertama **Tidak Didukung**.

- c. Nilai koefisien beta sebesar 0,294 dan bertanda positif pada variabel risiko mengartikan bahwa jika variabel risiko sangat dirasakan dan disadari oleh mahasiswa maka minat mahasiswa dalam menggunakan *paylater* pada shopee akan menurun sebesar 29,4%. Hal ini dapat diperkirakan karena penggunaan *paylater* pada Shopee di kalangan mahasiswa sudah tereduksi mengenai adanya risiko dari penggunaan *paylater* pada Shopee sehingga hipotesis kedua penelitian ini **Didukung**.
- d. Nilai koefisien beta sebesar 0,357 dan bertanda positif pada variabel persepsi kemudahan penggunaan mengartikan bahwa jika persepsi kemudahan penggunaan semakin mudah digunakan, semakin mudah dipelajari, semakin mudah dipahami dan semakin mudah dioperasikan maka minat mahasiswa dalam menggunakan *paylater* pada shopee akan menurun sebesar 35,7%. Hal ini dapat diperkirakan karena penggunaan *paylater* pada Shopee di kalangan mahasiswa menyadari adanya risiko-risiko yang akan dihadapi jika menggunakan *paylater* pada shopee dari kemudahan yang ditawarkan oleh pihak shopee sehingga hipotesis ketiga **Didukung**.

4.3.4.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas atau independen menerangkan variabel terikat atau variabel dependen secara individual. Dasar pengambilan uji t adalah dengan melakukan perbandingan nilai signifikansi dari t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. Jika nilai signifikansi t_{hitung} lebih besar dari 0,05 (signifikansi $t_{hitung} > 0,05$) maka H_0 diterima. Sedangkan jika nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 (signifikansi $t_{hitung} < 0,05$) maka H_0 ditolak yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Melalui hasil analisis maka dapat penjelasan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,010. Dari hasil uji t pada literasi keuangan nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai negatif sebesar -0,206 sedangkan nilai t_{hitung} sebesar -2.583 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1.967 ($t_{hitung} < t_{tabel}$). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh

negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.

2. Risiko memiliki nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada literasi keuangan nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,294 sedangkan nilai t_{hitung} sebesar 6.667 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.967 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.
3. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi t_{hitung} sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada literasi keuangan nilai signifikansi t_{hitung} lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,357 sedangkan nilai t_{hitung} sebesar 5.577 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.967 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.

4.3.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat dilakukan dengan menghitung nilai *Adjusted R²*. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa perhitungan nilai R^2 sebesar 0,253 yang mengartikan bahwa pengaruh variabel literasi keuangan, risiko, persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee sebesar 25,3% sedangkan 74,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee

Hipotesis pertama memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh negatif literasi keuangan terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau. Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, memperlihatkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee. Hasil uji regresi linear memperlihatkan nilai signifikan pada uji parsial sebesar 0,010 dengan arah koefisien positif. Karena nilai signifikan ini kurang dari *alpha* yang ditentukan yaitu 0,05.

Hasil ini juga didukung oleh hasil perhitungan nilai $t_{hitung} -2,583 > t_{tabel} 1,967$. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee. Artinya, tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa Politeknik Caltex Riau akan mempengaruhi preferensi mereka untuk menggunakan *paylater* pada shopee. Semakin rendah literasi keuangan maka minat menggunakan *paylater* pada Shopee akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan adanya ketidakpahaman tentang konsekuensi panjang dimana pengguna *paylater* fokus pada kepuasan instan saja tanpa mempertimbangkan dampak finansial jangka panjang seperti adanya biaya tambahan berupa bunga. Selain itu, kurangnya perencanaan keuangan juga menjadi faktor meningkatnya minat menggunakan *paylater* dimana mahasiswa tidak memiliki kebiasaan membuat anggaran atau menabung sehingga *paylater* menjadi solusi cepat dalam memenuhi kebutuhannya. Adapun yang menjadi faktor lain yaitu pengaruh iklan dan promosi yang dimana dapat membuat mahasiswa tergoda untuk menggunakan layanan *paylater*. Maka dari itu, literasi keuangan sangatlah penting dimiliki setiap mahasiswa.

Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih disiplin dalam mengelola uang. Mereka akan membuat anggaran, mencatat pengeluaran, dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Mereka lebih memilih untuk membeli barang atau jasa sesuai dengan kemampuan finansial mereka saat ini, daripada berutang melalui *paylater*. Selain itu, memahami risiko yang terkait dengan penggunaan *paylater*, seperti terjebak dalam siklus utang, kesulitan membayar tagihan, dan dampak negatif terhadap skor kredit. Mereka sadar bahwa penggunaan *paylater* yang tidak bijaksana dapat berdampak buruk pada kesehatan keuangan jangka panjang. Mereka lebih memilih untuk membeli barang atau jasa sesuai dengan kemampuan finansial mereka saat ini, daripada berutang melalui *paylater*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Yuliani, 2023) yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee *Paylater*. Selain itu penelitian (Rahmawati & Mirati, 2022) yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Berdasarkan hasil, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat

menggunakan *paylater* pada shopee pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau.

4.4.2 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee

Hipotesis kedua memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh positif risiko terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau. Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, memperlihatkan bahwa risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee. Hasil uji regresi linear memperlihatkan nilai signifikan pada uji parsial sebesar 0,000 dengan arah koefisien positif. Karena nilai signifikan ini kurang dari α yang ditentukan yaitu 0,05. Hasil ini juga didukung oleh hasil perhitungan nilai $t_{hitung} 6,667 > t_{tabel} 1,967$. Hal ini menunjukkan bahwa risiko memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee. Artinya, tingkat risiko yang dimiliki mahasiswa Politeknik Caltex Riau akan mempengaruhi preferensi mereka untuk menggunakan *paylater* pada shopee. Semakin tinggi kesadaran akan risiko maka minat menggunakan *paylater* pada Shopee akan semakin menurun. Seseorang yang paham dan sadar akan adanya risiko yang dapat terjadi jika menggunakan *paylater* maka mahasiswa memiliki minat rendah saat bertransaksi menggunakan *paylater* pada shopee.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Harahap & Bustami, 2021) yang menyatakan bahwa variabel risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Paylater)* pada Shopee. Berdasarkan hasil, penelitian ini menunjukkan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau.

4.4.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Shopee

Hipotesis ketiga memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau. Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee. Hasil uji regresi linear memperlihatkan nilai signifikan pada uji parsial sebesar 0,000 dengan arah koefisien positif. Karena nilai signifikan ini kurang dari α yang

ditentukan yaitu 0,05. Hasil ini juga didukung oleh hasil perhitungan nilai $t_{hitung} 5,577 > t_{tabel} 1,967$. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee. Artinya, tingkat persepsi kemudahan penggunaan mahasiswa Politeknik Caltex Riau terhadap kemudahan yang disediakan oleh pihak shopee dengan adanya fitur *paylater* akan mempengaruhi preferensi mereka untuk menggunakan *paylater* pada shopee. Semakin tinggi kesadaran dengan adanya persepsi kemudahan penggunaan tersebut mahasiswa harus berhati-hati terhadap risiko-risiko yang dapat terjadi saat menggunakan *paylater*, maka minat menggunakan *paylater* pada Shopee akan semakin menurun. Seseorang yang sadar dan mempertanyakan akan adanya kemudahan penggunaan tersebut dan juga paham akan adanya risiko yang dapat terjadi jika menggunakan *paylater* maka mahasiswa memiliki minat rendah saat bertransaksi menggunakan *paylater* pada shopee.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Harahap & Bustami, 2021) yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment (Paylater)* pada Shopee. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Salsabila, 2023) yang menyatakan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Menggunakan *Paylater*. Berdasarkan hasil, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada shopee pada mahasiswa Politeknik Caltex Riau.

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. Penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.
3. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater* pada Shopee.

5.2 Saran

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

1. Bagi Mahasiswa
 - a. Mahasiswa dapat belajar mengelola keuangan dengan bijak dan menahan diri agar tidak mengedepankan keinginan daripada kebutuhan serta menahan diri agar tidak mudah dipengaruhi oleh tawaran yang diiming-imingkan oleh pihak Shopee untuk menggunakan fitur *paylater*.
 - b. Mahasiswa dihimbau untuk lebih berhati-hati dalam bertransaksi menggunakan *paylater* pada Shopee dengan mempertimbangkan segala risiko yang dapat terjadi.
 - c. Mahasiswa sebaiknya sebelum menggunakan *paylater* pada shopee perlu memahami manfaat, risiko, kemampuan membayar serta mengetahui dampak positif dan negatifnya agar mahasiswa terhindar dari kredit macet.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Pada penelitian ini peneliti sebelumnya menggunakan sampel sebanyak 343 responden, untuk penelitian selanjutnya ada baiknya ditambahkan lagi agar penelitiannya semakin bagus

- b. Objek pada penelitian ini yaitu ditujukan kepada mahasiswa, sebaiknya penelitian selanjutnya memperluas objek penelitian seperti masyarakat sekitar.
- c. Kriteria khusus sebagai syarat populasi yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini hanya ada berdasarkan angkatan, program studi, kelas dan status bertransaksi menggunakan *paylater* pada Shopee. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya ditambahkan lagi kriteria responden seperti lama waktu penggunaan, tujuan menggunakan *paylater* pada Shopee, pekerjaan, usia, sumber penghasilan dan lain sebagainya.
- d. Peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel yang diamati. Dengan menambahkan beberapa variabel yang cocok dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2023). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FINTECH PAYMENT TERHADAP FINANCIAL BEHAVIOR MAHASISWA PADA BANK SYARIAH (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN WALISONGO SEMARANG)*.
- Anggraeni, R. (2022). *OJK: TKB90 Fintech Lending Tembus 97,10 Persen per Oktober 2022*.
- Annurizky, A. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan Dan Kualitas Informasi Aplikasi Osaga Terhadap Minat Beli Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Mediasi. *Pesquisa Veterinaria Brasileira*, 26(2), 173–180.
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171.
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/statistik/article/view/4322/4001>
- Artina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan , Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(1), 120–131.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.
<https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Aulia, Zulkarnaini, & Ridho Kismawadi, E. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat mengajukan kredit di Financial Technology. *Jurnal Investasi Islam*, 5(2), 135–152.
<https://doi.org/10.32505/jii.v5i2.2391>
- Ayuni, U. (2022). Pengaruh Persepsi Gender, Lingkungan Kerja dan Nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Memilih Berkarir di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Kudus). *Pengaruh Persepsi Gender, Lingkungan Kerja Dan Nilai Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Memilih Berkarir Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Institut*

- Agama Islam Negeri Kudus*), 1(1), 1–25.
- Azis, A., & Arif, F. (2023). Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen). *Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(3), 285–292.
- Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Abdul, J., & Noval, N. (2022). Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 57–71.
- Darmawan, D. (2019). Analisis Data Statistik Deskriptif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Eddie. (2020). *Managing Banking Risk*. TJ International Ltd.
- Fahmiati, I. N. (2020). *Analisi Resiko Usaha Peternakan Ayam Boiler pada Pola Kemiteraan di Daerah Kalirejo*. 7–16.
- Ghozali, I. (2018). Processing Data penelitian Menggunakan SPSS. *E-Book*, 1, 154.
- Harahap, S. B., & Bustami, Y. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi. *SKRIPSI : Selvy Diana Putri, Listiana Sri MulatsihI Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta*, 2(2), 75–82.
- Hariyanti, & Artiyany, M. (2020). Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara Makassar. *Al-Buhuts*, 16(2), 91–110.
- Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4). <https://doi.org/10.26675/jabe.v1i4.6042>
- Latifiana, D. (2016). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM). *African Journal of Economy and Management Studies*, 5(1), 5.
- Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152. <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241>
- Mudrikah, A. (2021). ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik. *ETNIK : Jurnal*

- Ekonomi –Teknik, 1(2), 57–68.*
- Mulyono, S. (2012). *Statistika untuk Ekonomi & Bisnis*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Murniati, D. (2021). *5 Alasan Sebaiknya Kita Nggak Daftar dan Pakai Shopee Paylater*. Mojok.Co. <https://mojok.co/terminal/5-alasan-sebaiknya-kita-nggak-daftar-dan-pakai-shopee-paylater/>
- Naufal, A. F. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Kembali Di Aplikasi Ilotte (Studi Kasus Pada Konsumen Ilotte Di Lotte Mart Festival City Link Bandung)*. UNIKOM.
- Nizar, M. A. (2020). Financial Technology (Fintech): It ’ s Concept and Implementation in Indonesia. *Munich Personal RePEc Archive, 5(98486), 4–10.*
- Nufusiah, S. (2023). *PENGARUH KEPERCAYAAN, PERSEPSI RISIKO DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN FITUR SHOPEE PAYLATER (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo)*.
- Nurhasanah, S., & Sobandi, A. (2016). Minat Belajar Sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran, 1(1), 128*. <https://doi.org/10.17509/jpm.v1i1.3264>
- OJK. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK)*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DataLinkDesc/SNLIK>
- Pernando, A. (2023). *Survei DataIndonesia.Id: Penetrasi Fintech Semakin Dalam*. <https://finansial.bisnis.com/read/20230321/563/1639419/survei-dataindonesiaid-penetrasi-fintech-semakin-dalam>
- Prastiwi, I. E., & Fitria, T. N. (2021). Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(1), 425*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1458>
- Rachman, T. (2018). Pengertian Minat Dalam Pembelajaran. *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*, 10–27.
- Rahayu, R. W. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GO PAY Dari PT . GOJEK Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). *Universitas Islam Indonesia, 101*.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada

- generasi milenial. *Prosiding SNAM PNJ*, 1–10.
- Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, M. K. T. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Rizky, I. N., Yasa, I. N. P., & Wahyuni, M. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Dalam Bertransaksi Pada Umkm Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 191–202.
- Rokhman, O., Ningsih, A. N., Augia, T., Dahlan, H., Rosyada, Amrina, Putri, Dini Arista, Fajar, N. A., Yuniarti, E., Vinnata, N. N., Pujiwidodo, D., Ju, J., Wei, S. J., Savira, F., Suharsono, Y., Aragão, R., Linsi, L., Editor, B., Reeger, U., Sievers, W., Michalopoulou, C., Mimis, A., ... Devita, M. (2020). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konsumen Burung Di Pasar Setono Betek Kota Kediri). *Jurnal Berkala Epidemiologi*, 5(1), 90–96.
<https://core.ac.uk/download/pdf/235085111.pdf>
 website: <http://www.kemkes.go.id>
[http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK No. 57 Tahun 2013 tentang PTRM.pdf](http://www.yankes.kemkes.go.id/assets/downloads/PMK_No_57_Tahun_2013_tentang_PTRM.pdf)
https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/15242-profil-anak-indonesia_-2019.pdf
- Salsabila, S. T. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan PayLater Pada Mahasiswa di Indonesia* (Vol. 4, Issue 1).
- Siregar, W. S. (2022). *PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SUMATERA UTARA*.
- Sugiharto, B., Mulyati, S., & Dewi, P. N. (2020). *Perceptions of Usefulness and Perceptions of*. 04, 244–252.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (2nd ed). In *Data Kualitatif*.
- Sunarti, Tjakraatmadja, J. H., Ghazali, A., & Rahardyan, B. (2021). Increasing resident participation in waste management through intrinsic factors cultivation. *Global Journal of Environmental Science and Management*, 7(2), 287–316.

<https://doi.org/10.22034/gjesm.2021.02.10>

- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) [The Influence of Perceived Ease of Use, Effectiveness and Risk on Interest in Transactions Using Financial Technology (F. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 132–143.
- Yuliani, V. R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, gaya Hidup dan Intentitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna Shopee Paylater.*

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* pada Shopee”

(Studi Empiris Pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau)

Nama Lengkap :

Angkatan :

Program Studi :

Kelas :

Status Bertransaksi Menggunakan *Paylater* Pada Shopee : Pernah /
Tidak Pernah

(*coret salah satu)

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 Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	Penilaian			
		1	2	3	4
Minat Menggunakan					
1.	Saya mengetahui tentang <i>Shopee Paylater</i> , Saya tertarik untuk menggunakan <i>Shopee Paylater</i> karena terdapat banyak keuntungan yang akan saya dapatkan				
2.	Saya akan selalu menggunakan <i>Shopee Paylater</i> dikeseharian saya				
3.	Saya akan berencana untuk tetap menggunakan <i>Shopee Paylater</i> sesering mungkin				
4.	Saya akan sering menggunakan <i>Shopee Paylater</i> dalam berbelanja di masa yang akan datang				
5.	Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan <i>Shopee Paylater</i>				
6.	Menurut saya, <i>Shopee Paylater</i> layak untuk digunakan di masa depan				

Literasi Keuangan					
1.	Saya selalu membuat anggaran pribadi agar saya dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi saya				
2.	Saya merasa khawatir apabila memiliki pinjaman/hutang				
3.	Saya mengetahui cara transaksi keuangan dengan menggunakan <i>Shopee Paylater</i>				
4.	Saya selalu mampu dalam menyelesaikan pinjaman tepat waktu				
5.	Literasi keuangan dapat membantu saya dalam mengambil keputusan keuangan saya				
6.	Saya mengetahui bahwa memiliki literasi keuangan yang baik akan berdampak baik pula terhadap pengelolaan keuangan saya				

Risiko					
1.	Menurut saya menggunakan Shopee <i>Paylater</i> akan sangat berisiko				
2.	Saya takut terlilit hutang jika menggunakan Shopee <i>Paylater</i>				
3.	Menurut saya menggunakan Shopee <i>Paylater</i> akan menambah beban pengeluaran saya				
4.	Saya merasa menggunakan Shopee <i>Paylater</i> akan membuat saya ketergantungan				
5.	Saya akan merasa kesulitan membayar tagihan Shopee <i>Paylater</i> karena biaya dan bunganya terlalu mahal				
6.	Saya tahu jika saya telat membayar Shopee <i>Paylater</i> saya akan dikenakan denda				
7.	Saya mengetahui jika tagihan Shopee <i>Paylater</i> menunggak berbulan-bulan, penagihan dapat dilakukan secara langsung oleh <i>Debt collector</i> Shopee <i>Paylater</i>				
8.	Saya merasa cemas dan khawatir data pribadi saya akan tersebar jika saya bertransaksi menggunakan Shopee <i>Paylater</i>				

Persepsi Kemudahan Penggunaan					
1.	Menurut saya penggunaan Shopee <i>Paylater</i> sangat jelas dan mudah dimengerti				
2.	Menurut saya menggunakan Shopee <i>Paylater</i> sangatlah mudah				
3.	Menggunakan Shopee <i>Paylater</i> tidaklah rumit karena mudah untuk memahami setiap tahapannya				
4.	Layanan Shopee <i>Paylater</i> dapat memudahkan saya dalam bertransaksi, lebih praktis dan efisien				
5.	Sangat mudah untuk menggunakan layanan Shopee <i>Paylater</i>				