

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *Paylater* dengan Model UTAUT2

Nuraeni Hadiati Farhani

nuraeni.hadiatifarhani@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta

Annisa Alifa Ramadhani

annisa.alifa.r@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta

Dini Ayuning Ratri Sukimin

dini.ayuning@akuntansi.pnj.ac.id

Politeknik Negeri Jakarta

A Nursyamsi Amin

Nursyamsi.amin@poliupg.ac.id

Politeknik Negeri Ujung Pandang

((Diterima: 31 Juli-2023; direvisi: 08-Agustus-2023; dipublikasikan: 10-Agustus-2023))

Abstract

*This study aims to determine the interest in using *paylater* in Politeknik Negeri Jakarta students by adopting the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) model. The research method used is a quantitative method using survey methods through online questionnaires involving a total of 100 student respondents. This study uses a Likert scale approach and sampling using purposive sampling. The results showed that Effort expectancy, Performance Expectancy, Social Influence, Supporting Facility, Price Value, Hedonic motivation, and Habits partially had a positive and significant effect on the decision to use *paylater* by Politeknik Negeri Jakarta students. Then simultaneously the results show that the variables Effort expectancy, Performance Expectancy, Social Influence, Supporting Facility, Price Value, Hedonic motivation, and Habits have a significant effect on interest in using *paylater*.*

Keywords: *UTAUT2; *paylater*; Effort expectancy; Performance Expectancy; Social Influence*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat penggunaan fitur *paylater* pada mahasiswa di Politeknik Negeri Jakarta dengan mengadopsi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner secara online dengan melibatkan total 100 responden mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan skala likert dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Effort expectancy*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Supporting Facility*, *Price Value*, *Hedonic motivation*, dan *Habits* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *paylater* oleh mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta. Kemudian secara simultan hasil menunjukkan bahwa variabel *Effort expectancy*, *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Supporting Facility*, *Price Value*, *Hedonic motivation*, dan *Habits* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *paylater*.

Kata Kunci: *UTAUT2; *paylater*; Ekspektasi usaha, Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial*

PENDAHULUAN

Kemajuan dunia teknologi telah memberikan dampak positif di berbagai aspek kehidupan, diantaranya transportasi, keuangan, berbelanja, pariwisata, hingga kuliner. Hal ini yang mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan sehari-hari menjadi lebih mudah karena melalui gadget, segala kebutuhan dapat terpenuhi hanya dalam genggaman tangan. (Akselaran, 2023)

Keberadaan *e-commerce* dapat mengakomodir kebutuhan tersebut, salah satunya adalah kebutuhan berbelanja dengan ketersediaan produk yang lebih beragam dalam satu tempat. Hal ini berdampak pada pertumbuhan *Industri e-commerce* di Indonesia terus berkembang pesat yang ditunjukkan dengan nilai rata-rata transaksi dan proporsi *e-commerce* di kota-kota di Indonesia konsisten meningkat, menunjukkan pangsa *e-commerce* semakin luas ke seluruh daerah (Kredivocorp.com, 2023). Selain itu, demi meningkatkan pangsa pasar yang semakin luas, *e-commerce* berinovasi dalam penyediaan layanan integrasi *embedded finance* pada *e-commerce* yakni *paylater* atau pembayaran kredit digital.

Konsep dari *Paylater* adalah “Beli Sekarang lalu bayar nanti” menjadikan keberadaan *paylater* menjadi alternatif pilihan yang populer dikarenakan beberapa *e-commerce* yang telah mendominasi pasar seperti Shopee, Lazada, Traveloka, Tokopedia, Ovo, Gojek, dan sebagainya telah menyediakan fitur *paylater* yang sudah terintegrasi dalam *e-commerce* agar dapat memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas sehingga konsumen tidak perlu menggunakan platform lain.

Dikutip dari (Kredivocorp.com, 2023) Frekuensi penggunaan *PayLater* mengalami peningkatan yakni persentase konsumen yang menggunakan *PayLater* lebih dari sekali dalam sebulan dari 27% pada tahun 2022 menjadi 39,9% pada tahun 2023. Selain itu, berdasarkan survey yang dilakukan kredivo, terdapat 45,9% konsumen yang menggunakan *payLater* saat berbelanja di *e-commerce*, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 28,2%.

Salah satu segmen pengguna *paylater* adalah Generasi Z dengan kisaran usia 19-25 tahun. Dikutip dari (Sohib.Id,2023) Gen Z adalah kelompok tertinggi yang lama melakukan *screen time*-nya hingga mencapai 35% dengan durasi penggunaan hingga > 6 jam. Selain itu, generasi z dianggap sebagai generasi yang sudah mahir dan telah terbiasa akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi digital. Hal ini tentu akan berdampak pada semakin meningkatnya frekuensi mengunjungi situs belanja online ataupun *e-commerce* yang dilengkapi dengan berbagai alternatif pembayaran terutama *paylater* hingga akhirnya terbentuk pola gaya hidup serta perilaku konsumen yang baru yakni berbelanja *online* yang semakin memudahkan konsumen dalam menjangkau produk dan menguntungkan melalui informasi mengenai promo seperti diskon ataupun *cashback* yang ditawarkan dalam fitur *paylater* untuk memikat hati calon konsumen.

Mahasiswa merupakan salah satu kalangan yang termasuk dalam generasi Z yang sudah memiliki akses untuk menjadi pengguna *paylater* dimana mahasiswa telah memasuki masa dewasa yang sudah memiliki tanggung jawab terhadap masa perkembangannya, termasuk memiliki tanggung jawab terhadap kehidupannya untuk memasuki masa dewasa (Hulukati, Djibran, 2018). Sehingga mahasiswa dapat dianggap sudah dewasa dan memahami konsekuensi dari penggunaan *paylater*.

Sebagai calon pengguna *paylater*, mahasiswa dapat menjangkau layanan tersebut dengan mudah dan praktis hanya dengan menyiapkan beberapa dokumen pribadi, seperti KTP serta menyetujui ketentuan dan aturan dalam penggunaan layanan *paylater*. Keadaan tersebut berimplikasi pada keberadaan mahasiswa yang belum memiliki penghasilan tetapi sudah memiliki kebutuhan tambahan dana. Sehingga hal ini akan berdampak pada rendahnya kemampuan membayar kembali pinjaman hingga pada pemburukan kualitas *paylater* (Mardiansyah, 2023).

Di balik kemudahan tersebut, penting sekali untuk bisa menyikapi kemajuan teknologi secara bijak. Diantaranya dengan membekali diri dengan literasi finansial yang baik, yaitu melalui perencanaan keuangan agar terhindar dari perilaku impulsif dan konsumtif (OJK, 2023) yaitu membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan, tetapi berdasarkan pada keinginan berlebihan (Firmansyah,2008).

Banyaknya faktor yang mempengaruhi perkembangan penggunaan teknologi pembayaran dalam khususnya dalam menganalisis fitur *paylater* dalam konteks konsumen, menyebabkan kesulitan dalam mengukur tingkat penerimaan teknologi yang ada. Maka dari itu, penelitian ini mengadopsi model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2) yang dirumuskan oleh Venkatesh et al. (2012). Terdapat tujuh faktor yang diteliti dalam model (UTAUT2) yaitu ekspektasi usaha (*effort expectancy*), ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), fasilitas pendukung (*facilitating condition*), nilai harga (*price value*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), dan kebiasaan (*habit*). Metode ini merupakan pengembangan dari metode sebelumnya yaitu UTAUT, namun pada metode UTAUT2 lebih mendalami penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi berdasarkan konsumen sehingga reaksi dan persepsi individu terhadap teknologi informasi dapat dipahami secara lebih baik. (Haloedukasi, 2023)

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, nilai harga, motivasi hedonis, dan kebiasaan berpengaruh dalam keputusan mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta menggunakan fitur *paylater*

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif di mana yang dilakukan berdasarkan pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono,2019). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta yang pernah menggunakan fitur *paylater*. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dimana dari populasi mahasiswa yang ada diambil secara proporsional sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei, dimana peneliti membagikan kuesioner untuk memperoleh informasi dari responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner oleh peneliti adalah skala likert dengan skala 1-5. (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Validitas dan Reabilitas

Tabel 1 menunjukkan Analisis CFA menggunakan uji Kaiser-Meyer Olkin (KMO) dan Barlett’s Test. Bila Nilai Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA) lebih dari 0,50, maka data dianggap valid dan proses analisis dapat dilanjutkan. Hasil koefisien KMO yang diperoleh 0,874 menunjukkan variabel-variabel telah layak untuk diterapkan analisis faktor. Signifikansi Bartlett’s test 0,00 (<0,05) mengindikasikan ada korelasi yang cukup antara variabel untuk dapat diproses.

Tabel 1 Hasil Uji Reabilitas

| KMO and Bartlett's Test | | |
|--|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .874 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 372.290 |
| | Df | 28 |
| | Sig. | .000 |

Sumber: Data diolah, 2023

Indikator penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach’s Alpha > r tabel yaitu 0.60. Hasil koefisien Cronbach’s Alpha pada Tabel 2 menunjukkan bahwa variabel Ekspektasi usaha, Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial, Fasilitas pendukung, Nilai

harga, Motiviasi hedonis, Kebiasaan, dan minat penggunaan paylater memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* > 0.60. Artinya, semua pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

| | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------------------------|--|
| Performance Expectancy | .855 |
| Effort Expectancy | .875 |
| Social Influence | .869 |
| Facilitating Condition | .872 |
| Hedonic Motivation | .852 |
| Habit | .871 |
| Price Value | .860 |
| Minat Penggunaan | .856 |

Sumber: Data diolah, 2023

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, nilai harga, motivasi hedonis, dan kebiasaan)

terhadap keputusan menggunakan fitur paylater. Koefisien determinasi (R^2) pada model ini sebesar 0,562 yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen sebesar 56.2% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar penelitian. Sebelum dianalisis menggunakan regresi berganda, data penelitian sudah dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dimana hasil menunjukkan nilai probabilitas pada $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa metode regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas. Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara menguji korelasi parsial antar variabel independen. Hasil menunjukkan semua variabel terbebas dari masalah multikolinieritas karena menunjukkan nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan statistik uji glesjer dimana semua variabel penelitian menunjukkan signifikansi > 0.05 maka data dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas.

Pada Tabel 3 dapat dilihat hasil uji regresi berganda untuk masing-masing variabel.

Tabel 3 Hasil Regresi Berganda

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|------------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | | | |
| 1 | (Constant) | 3.279 | 1.585 | | 2.068 | .041 |
| | Performance Expectancy | .187 | .020 | .176 | 2.729 | .038 |
| | Effort Expectancy | .167 | .014 | .151 | 2.588 | .048 |
| | Social Influence | .173 | .014 | .126 | 3.511 | .034 |
| | Facilitating Condition | .331 | .031 | .214 | 2.525 | .013 |
| | Hedonic Motivation | .460 | .094 | .496 | 4.876 | .000 |
| | Habit | .169 | .069 | .216 | 2.461 | .016 |
| | Price Value | .119 | .019 | .115 | 2.158 | .015 |

Sumber: Data diolah, 2023

Pada Tabel 3 dapat dilihat hasil uji regresi berganda untuk masing-masing variabel.

Hipotesis 1 (H1) menunjukkan variabel ekspektasi kinerja (X1) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Berdasarkan hasil uji regresi, ekspektasi kinerja memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *paylater* (t-hitung= 2,729 dan sig. = 0,038 < 0,05).

Hipotesis 2 (H2) menunjukkan variabel ekspektasi usaha (X2) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Berdasarkan hasil uji regresi ekspektasi usaha memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *paylater* (t-hitung= 2,588 dan sig. = 0,048 < 0,05). Hipotesis 3 (H3) menunjukkan variabel pengaruh sosial (X3) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Berdasarkan hasil uji regresi, pengaruh sosial memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *paylater* (t-hitung= 3,511 dan sig. = 0,034 < 0,05).

Hipotesis 4 (H4) menunjukkan variabel fasilitas pendukung (X4) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Berdasarkan hasil uji regresi, fasilitas pendukung memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *paylater* (t-hitung= 2,525 dan sig. = 0,013 < 0,05).

Hipotesis 5 (H5) menunjukkan variabel motivasi hedonis (X5) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Berdasarkan hasil uji regresi, motivasi hedonis memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *paylater* (t-hitung= 4,876 dan sig. = 0,000 < 0,05).

Hipotesis 6 (H6) menunjukkan variabel kebiasaan (X6) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Berdasarkan hasil uji regresi, kebiasaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *paylater* (t-hitung= 2,461 dan sig. = 0,016 < 0,05).

Hipotesis 7 (H7) menunjukkan variabel nilai harga (X7) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*. Berdasarkan hasil uji regresi, nilai harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat

penggunaan *paylater* (t-hitung= 2,158 dan sig. = 0,015 < 0,05).

Kemudian secara simultan hasil menunjukkan F hitung sebesar 19,153 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, artinya variabel ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, kebiasaan, dan nilai harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penggunaan *paylater*.

Performance Expectancy

Berdasarkan hasil penelitian, secara parsial diketahui bahwa *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat menggunakan *paylater*. Hal ini mengindikasikan bahwa fitur *paylater* yang dipakai oleh responden dirasa dapat membantu responden dalam meningkatkan produktivitas dan mampu menyelesaikan sesuatu yang dikerjakan menjadi lebih cepat. Sehingga hal tersebut akan meningkatkan kemungkinan penggunaan fitur secara berulang. Selain itu, kepercayaan pengguna dalam menggunakan fitur *paylater* untuk mencapai hal-hal yang diinginkan dengan cepat, akan berdampak pada semakin tingginya niat perilaku penggunaan pengguna untuk menggunakan fitur *paylater*. Hasil dari hipotesis ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Awdes et al (2022), Permana et al (2022), Hafifah et al (2022), Nopiani & Putra (2021).

Effort Expectancy

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Effort expectancy* menunjukkan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa tidak kesulitan dalam mempelajari cara penggunaan *paylater*. Kondisi ini kemungkinan didukung oleh inovasi dari mayoritas *e-commerce* yang menyediakan *embedded finance* sehingga pengguna tidak perlu beralih ke layanan keuangan konvensional lain, seperti bank atau lembaga keuangan lainnya. Selain itu, prosedur yang dibutuhkanpun sangat mudah dimulai dari persyaratan, aktivasi, hingga penggunaan. Hasil dari hipotesis ini didukung

oleh penelitian yang dilakukan Suharsono et al (2023), Hafifah et al (2022).

Social Influence

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Social Influence* menunjukkan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa minat penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh rekomendasi dari seseorang yang penting dan dihargai maupun dari paparan informasi yang diterima oleh mahasiswa baik dari media massa maupun media sosial berupa iklan dapat menjadi salah satu acuan dalam keputusan menggunakan *paylater*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Desvira & Aransyah (2023), Nuraeni et al (2022).

Facilitating Condition

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Facilitating Condition* menunjukkan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Hal ini didukung dengan kebijakan *paylater* yang semakin fleksibel yakni kerjasama yang sudah terjalin dengan beberapa *merchant offline*. Sebagai contoh Shopee Pay telah bekerjasama dengan *merchant offline* seperti Alfamart, Indomaret, maupun MCD. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa fasilitas serta kemudahan tersebut menjadi salah satu hal yang penting dalam mempengaruhi minat menggunakan *paylater*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suharsono et al (2023).

Hedonic Motivation

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Hedonic Motivation* menunjukkan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Mayoritas responden secara emosional merasa nyaman dan senang setelah menggunakan fasilitas *paylater* karena konsepnya yang bisa langsung bisa dirasakan manfaatnya tanpa harus menunggu memiliki dana yang cukup. Selain itu, terdapat kepuasan ketika dapat harga yang lebih terjangkau disertai promo lainnya misalnya berupa gratis ongkos kirim

ketika memilih fitur *paylater* dibandingkan metode pembayaran lain seperti transfer bank ataupun COD. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Suharsono et al (2023), Permana et al (2022) dan Prasetya (2020).

Habit

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Habit* menunjukkan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Berbagai kemudahan dan manfaat yang diterima oleh pengguna menyebabkan memunculkan kebiasaan dan keputusan berbelanja pun dilakukan tanpa pertimbangan yang matang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Desvira & Aransyah (2023), Suharsono et al (2023), Awdes et al (2022), Cahyani & Dewi (2021), Prasetya (2020).

Price Value

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *Price Value* menunjukkan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat menggunakan *paylater*. Pertimbangan dalam *price value* melibatkan perbandingan antara manfaat yang dirasakan oleh pengguna dengan bunga, biaya admin yang dikeluarkan oleh pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa masih terdapat kesepadanan antara kualitas layanan dan kemudahan penggunaan *paylater* dengan biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Desvira & Aransyah (2023), Prasetya (2020)

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, sehingga terdapat kemungkinan data bersifat subyektif. Akan lebih baik jika dikaji lebih dalam melalui metode wawancara.
2. Sampel yang didapatkan pada penelitian ini cenderung kurang merata, karena jumlah mahasiswa yang mewakili tiap jurusan berbeda. Hal ini disesuaikan dengan seberapa banyak mahasiswa yang telah mengisi kuesioner online yang telah disubmit melalui Google form.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, berikut saran yang dapat diberikan oleh penulis: (1) Dalam hal responden, untuk penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya terbatas kepada mahasiswa/i di Politeknik Negeri Jakarta saja, namun dapat diperluas lagi seperti kepada mahasiswa/i di Kota Depok; (2) Model penelitian ini menjelaskan pengaruh variasi variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 56,2%, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain di luar penelitian ini; (3) Untuk penelitian selanjutnya, metode pengumpulan berupa wawancara dapat dilakukan agar dapat meneliti lebih dalam motivasi penggunaan minat *paylater* pada mahasiswa.

KESIMPULAN

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi perilaku penggunaan terhadap suatu sistem pembayaran yaitu fitur *paylater* dengan menggunakan model UTAUT2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, semua variabel independen yakni ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, fasilitas pendukung, motivasi hedonis, kebiasaan, dan nilai harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *paylater*. Secara simultan semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *paylater*.

DAFTAR PUSTAKA

Akselaran. Ini Dampak Perkembangan Teknologi yang Dapat Dirasakan. Diakses pada tanggal 21 Juni 2023, <https://www.akselaran.co.id/blog/perkembangan-teknologi/>

Awdes, A.C., Surya, F., Zahara. [2022] Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee (SPaylater) Dengan Model UTAUT2. Accounting Information System, Taxes, and

Auditing. 1(2),104-111.

Cahyani, N. P. D., & Dewi, L. G. K. 2021. Analisis Adopsi Uang Elektronik dengan Model UTAUT2. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 183–197.

Desvira, N.S., Aransyah, F.M. 2023. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat dan Perilaku Penggunaan Fitur ShopeePay Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT2). *Jurnal SISFOKOM*, 12 (2), 178-191.

Firmansyah, Wihardiyan. 2023. Mengatasi Perilaku Konsumtif pada Remaja. Diakses pada tanggal 10 Juni 2023, <https://www.umm.ac.id/>

Hafifah, L.L., Utami, W.N., Putri I.A.P. 2022. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention dan User Behavior pada Fintech ShopeePay Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 15 (2), 102-117.

Haloedukasi, 2023. Mengenal UTAUT dan UTAUT 2. Diakses pada tanggal 8 Agustus 2023, <https://haloedukasi.com/atau>

Hulukati & Djibran, 2018. Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1):73.

Kredivo Holdings. Laporan Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan Tren Belanja Pasca Pandemi. 2023. Diunduh pada tanggal 1 Juli 2023, <https://kredivocorp.com/>

Mardiansyah, Diki. 2023. Pengguna Paylater Didominasi Gen Z Bagaimana Kemampuan Bayarnya? Diakses pada tanggal 1 Juni 2023, <https://keuangan.kontan.co.id/>

Nopiani, N. K. R., & Putra, I. M. P. D. 2021. Penerapan Model UTAUT 2 untuk Menjelaskan Minat dan Perilaku Penggunaan Mobile Banking. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(10).

Nuraeni, N.S., Reviandra, M.B., Yusuf, A. 2022. Analisis Faktor Pengaruh

Behavioural Intention Pada Aplikasi Bibit Menggunakan Model UTAUT 2. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 9(1), 183-193.

Otoritas Jasa Keuangan. Mengapa Gen Z dan Generasi Milenial Cenderung Lebih Suka Berutang? Diakses pada tanggal 12 Juni 2023, <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/>

Permana, G.P.L., Astawan, M.A.P., Laksmi, K.W. 2022. Analisis Penggunaan Paylater dalam Transaksi Digital dengan Konstruksi UTAUT 2. *9 (2)*, 84-91.

Prasetya, G.B.I., Purnamawati, I.G.A. Pengaruh Nilai Harga, Motivasi Hedonis, Kebiasaan dan Daya Tarik Promo terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment OVO. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(1), 148-158.

Sobat Hebat Indonesia Baik. 2023. ScreenTime Indonesia Tinggi, lo, Efek Buruknya!. Diakses pada tanggal 12 Juni 2023, <https://sohib.indonesiabaik.id/>

Sugiyono. 2019. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suharsono, A.A., Hariadi, S., Ariani, M. 2023. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Atome Di Kalangan Mahasiswa Universitas Surabaya. *Jmbi Unsrat*, 10(1), 13-30.