

Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *Pay Later*

Vivi Eviana¹, Agung Joni Saputra²

^{1,2} Universitas Universal, Batam

e-mail: vivieviana09@gmail.com¹, agungjs13@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti apa saja faktor – faktor yang mendorong minat pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran *Pay Later* pada masyarakat di Pulau Batam, pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert serta pengujian statistik dengan model analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis Uji t terhadap 170 responden. Hasil akhir pada penelitian ini menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, kemudahan dan *hedonic motivations* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran *Pay Later*, sementara suku bunga dan pendapatan memiliki pengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran *Pay Later*.

Kata kunci: *Pay Later, Financial Technology, Minat Penggunaan, E-Commerce*

Abstract

This research was conducted to examine what are the factors that encourage user intention in using *Pay Later* payment system on the people in Batam Island, the data collection in this study is using questionnaires that measured by the Likert scale and statistical testing with multiple regression analysis models and hypothesis t test towards 170 respondents. The results in this research indicate that *facilitating conditions*, easefulness and *hedonic motivations* have a positive and significant influence towards the intention of the use of the *Pay Later* payment method, meanwhile interest rates and income have a negative and insignificant influence towards the intention of the use of the *Pay Later* payment method.

Keywords : *Pay Later, Financial Technology, Behavioral Intention, E-Commerce*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi menjadi salah satu komponen dalam perkembangan sebuah negara, sama halnya dalam dunia bisnis *financial technology (FinTech)* menjadi salah komponen yang penting dalam memajukan pertumbuhan ekonomi suatu negara tersebut, pada negara Indonesia *financial technology (FinTech)* menjadi salah satu bisnis yang mendominasi pasar Indonesia saat ini, (Asosiasi *FinTech* Indonesia, 2020) menyatakan bahwa jumlah perusahaan startup *FinTech* yang terdaftar sebagai anggota AFTECH meningkat dari 24 menjadi 275 pada akhir tahun 2019, dan pada akhir kuartal II tahun 2020 sudah mencapai 362. Jenis solusi tekfin yang tersedia di pasar juga bervariasi, dari yang awalnya hanya Pembayaran Digital dan Pinjaman Online hingga kini *mencakup Aggregator, Innovative Credit Scoring, Perencana Keuangan, Layanan Urus Dana (Equity Crowdfunding), dan Project Financing*.

Terlebih ditengah-tengah pandemi COVID-19 yang terjadi disebabkan oleh penyebaran virus dari kontak fisik, udara dan lain-lain sejak awal tahun 2020 di Indonesia, maka untuk menghindari adanya kontak fisik, masyarakat mulai beralih menggunakan transaksi *cashless payment* yang kemudian menjadi kesempatan untuk pemerintah indonesia untuk merealisasikan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang telah dirancang oleh Bank Indonesia sejak 14 Agustus 2014, upaya GNNT ini dijalankan untuk mendorong masyarakat untuk mengimplementasikan *FinTech* dalam kehidupan sehari-hari sehingga

dapat menciptakan sistem keuangan nasional yang bekerja secara efektif dan efisien serta mewujudkan ekosistem *cashless society* (Bank Indonesia, 2020).

Salah satu jenis *FinTech Lending* yaitu *Pay Later* menjadi salah satu inovasi *FinTech* yang kini banyak diminati oleh masyarakat dalam melakukan transaksi, *Pay Later* merupakan sebuah konsep yang menyerupai kartu kredit dimana pengguna dapat melakukan transaksi pada *platform e-commerce* yang pembayarannya dapat dilakukan dengan cicilan atau pembayaran lunas pada tanggal jatuh temponya yang membedakan keduanya adalah wujud serta ketentuannya.

Selain syarat yang mudah dan proses yang cepat, salah satu aspek yang menjadi daya tarik fitur *Pay Later* ini adalah mampu memberikan pinjaman kepada masyarakat yang tidak memiliki rekening bank (*unbanked*), sehingga membuka kesempatan bagi berbagai jenis kalangan masyarakat dalam menggunakan fitur *Pay Later* ini, daya tarik inilah yang kemudian menjadikan *Pay Later* menjadi salah satu inovasi yang diminati pengguna saat ini,

Selain itu, fitur *Pay Later* saat ini juga dijadikan sebagai salah satu strategi yang digunakan oleh banyak *platform e-commerce* untuk menarik minat pengguna, seperti contohnya *Traveloka*, *Shopee*, *Lazada*, *Tokopedia* & *BliBli*. *Product e-commerce* dan *Pay Later* memiliki hubungan yang tinggi karena perusahaan yang menawarkan produk dengan menggunakan metode *Pay Later* menimbulkan minat konsumen untuk melakukan pembelian meskipun menunda untuk membayarnya (Pratika et al., 2021).

Meskipun kondisi ekonomi saat ini yang terguncang dengan adanya pandemi COVID-19, Penelitian yang dilakukan oleh (DSResearch, 2020) justru menunjukkan peningkatan penggunaan sistem pembayaran *Pay Later* pada beberapa *platform e-commerce*, pada hasil penelitian tahun 2019 *e-commerce Shopee* mencatat sebanyak 34.8% pengguna metode pembayaran *Pay Later*, sementara pada tahun 2020 persentase tersebut naik menjadi 54,3% serta menjadikan *Shopee Pay Later* menjadi nomor satu dalam pilihan penggunaan fitur pembayaran *Pay Later*.

Hasil penelitian diatas dapat disimpulkan, bahwa meskipun adanya pandemi yang berlangsung, namun fitur *Pay Later* ini tetap bertahan dan berkembang pesat, oleh sebab itu adanya *Pay Later* menjadi oportunitas yang dapat menguntungkan beberapa pihak yakni, masyarakat sebagai pengguna, penyedia *platform Pay Later* dan unit usaha

Dibalik oportunitas dan kesempatan yang besar terdapat juga tanggung jawab yang besar dalam penggunaan fitur *Pay Later* ini, Jika masyarakat memiliki pemahaman yang baik terhadap penggunaan *Pay Later* maka pengguna akan terhindar dari utang yang melilit, karena apabila *Pay Later* digunakan dengan bijak oleh masyarakat maka hal ini bisa membantu dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia (Setiawan, 2021).

Dilaporkan oleh (OJK, 2020) pada tahun 2020 tercatat penurunan Tingkat Keberhasilan Bayar 90 (TKB90) sebesar 1,17% yoy pada *FinTech Lending* yang artinya bahwa meskipun tingginya minat penggunaan namun karena disebabkan oleh beberapa faktor menyebabkan rendahnya TKB90, sehingga tidak hanya dari pihak pengguna yang memiliki reputasi kredit yang buruk namun juga dari pihak peminjam mengalami kerugian.

Untuk menghadapi situasi kegagalan TKB90, maka penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi secara bertahap mengenai metode pembayaran *Pay Later* ini sehingga menjadi acuan dan pertimbangannya dalam mengembangkan metode pembayaran *Pay Later* ini untuk menjadikan *Pay Later* ini menguntungkan bagi pihak-pihak yang bersangkutan

Oleh sebab itu, faktor-faktor dalam minat penggunaan *Pay Later* sangat penting untuk dipahami oleh pihak peminjam sehingga mampu memimalisir potensi-potensi dampak buruk yang dapat terjadi, sebab apabila dapat mengetahui apa saja yang mendorong minat penggunaan *Pay Later*, maka fitur *Pay Later* ini dapat diatur dan dikembangkan sedemikian rupa untuk menciptakan kondisi yang menguntungkan semua pihak,

Penelitian ini dilatar belakangi oleh hasil dari beberapa peneliti terdahulu seperti oleh (Hasibuan, 2021) menyatakan bahwa *effort expectancy dan facilitating conditions* memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan dan penelitian oleh (Adirinekso, 2021) bahwa

effort expectation, facilitating conditions, dan hedonic motivations berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan, adapun penelitian tersebut hanya dilakukan pada *platform Pay Later* tertentu, Sehingga peneliti terdorong ingin melakukan pembaharuan dengan meneliti di lokasi dan sampel yang luas serta menggabungkan beberapa variabel dari penelitian ini untuk membuktikan apakah terdapat perbedaan hasil dengan peneliti terdahulu.

Fitur Pay Later

Dengan tingginya minat masyarakat mengimplemantasikan sistem pembayaran elektronik (e-payment) membuat industri *FinTech* semakin berinovasi untuk mengembangkan sistem pembayaran yang lebih efisien dan menguntungkan baik bagi pengguna maupun bagi penjual, dengan itu maka dikembangkanlah sistem pembayaran *Pay Later*. *Pay Later* merupakan sebuah bentuk dari Pinjaman P2P atau juga dikenal dengan istilah peer to peer lending. Pinjaman P2P adalah kegiatan pinjam meminjam yang dilakukan oleh pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman melalui perantara selain bank (Nirmalapurie, 2020).

Facilitating Conditions

(Venkatesh et al., 2003) mendefinisikan bahwa *Facilitating Conditions* yang dimaksud disini adalah sebuah pemahaman dimana sejauh mana seorang individu mempercayai bahwa sebuah infrastruktur organisasi dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sebuah teknologi. Tentunya pengguna akan lebih termotivasi untuk menggunakan suatu teknologi apabila dalam suatu teknologi tersebut terdapat tingkat layanan, sumber daya serta pendukung yang mudah untuk dipahami, selain itu tingginya tingkat kompatibel suatu teknologi ini dengan berbagai jenis teknologi lainnya.

Pendapatan

Pendapatan pribadi merupakan seluruh total pendapatan yang diterima, termasuk pendapatan yang diterima seseorang tanpa harus bekerja atau melakukan kegiatan apapun (Sukirno, 2016). Semakin tinggi pendapatan individu, maka akan semakin tinggi juga keinginan untuk membeli, jadi adanya peningkatan pendapatan individu akan membuat kemampuan konsumen untuk membeli barang menjadi lebih besar (Pide, 2014),

Suku Bunga

(Bank Indonesia, 2016) mendefinisikan suku bunga sebagai kebijakan yang mencerminkan sikap atau *stance* kebijakan moneter yang ditetapkan oleh bank Indonesia dan diumumkan kepada public oleh Dewan Gubernur Bank Indonesia setiap Rapat Dewan Gubernur bulanan atau yang lebih dikenal sebagai *BI Rate*.

Motivasi dari para kreditor dalam memberikan pinjaman kepada debitor adalah dengan harapan mendapatkan keuntungan, dan suku bunga merupakan bentuk keuntungan, adanya suku bunga ini dapat dijadikan sebagai daya tarik bagi para penabung yang mempunyai dana lebih untuk diinvestasikan (Sunariyah, 2014).

Kemudahan

Menurut Iqbaria dalam (Dewi & Warmika, 2016) kemudahan penggunaan ini akan berdampak pada perilaku yaitu, semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Artinya, dengan tingginya kepercayaan individu terhadap kemudahan implementasi teknologi maka akan semakin mendorong minat individu tersebut dalam menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya

Hedonic Motivations

Penggunaan teknologi dipengaruhi secara signifikan oleh *hedonic motivations* (Venkatesh et al., 2012), ketika pengguna merasa senang dalam menggunakan suatu layanan dikarenakan fitur maupun keunggulan yang ditawarkan dalam layanan teknologi tersebut, maka muncul motivasi untuk terus menggunakan layanan tersebut, motivasi tersebut dikenal sebagai istilah *hedonic motivations* dimana pengguna akan merasa senang ketika menggunakan layanan teknologi tersebut,

Behavioral Intention

(Jogiyanto, 2007) mendefinisikan *behavioral intention* sebagai kemauan atau minat individu untuk memenuhi sebuah perilaku. Artinya kata "minat" ini lebih cenderung ke

motivasi, yang mempengaruhi seberapa besar individu merasa tertarik atau tidak kepada suatu rangsangan (Uyun & Warsah, 2021). Dalam penggunaan teknologi *behavioral intention* dibuktikan berulang-ulang kali bahwa memiliki peran yang kuat dalam membentuk penggunaan aktual dan adopsi sistem atau teknologi baru (Venkatesh et al., 2012).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013), adapun data yang dianalisis adalah menggunakan data primer

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada lokasi di Pulau Batam khususnya kepada pengguna yang menggunakan fitur pembayaran *Pay Later* selama durasi agustus 2021 hingga februari 2022

Populasi dan Sampel

Pada Penelitian ini populasi yang digunakan adalah masyarakat di Pulau Batam sebagai subjek penelitian kemudian dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, teknik *purposive sampling* adalah teknik pengumpulan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013), seperti contoh: kriteria-kriteria, sifat dan karakteristik dari populasi. maka, kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah (1) Berdomilisi di Pulau Batam, (2) Memiliki akun *Pay Later*. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 170 responden,

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah dengan data-data yang berasal dari buku teks, jurnal, dan artikel ilmiah serta metode penyebaran kuisioner, Kemudian, jawaban yang disediakan pada kuisioner untuk mengukur masing-masing variabel akan menggunakan skala likert.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas ini ditujukan untuk membuktikan apakah data yang telah dikumpulkan sesuai dan akurat, (Sugiyono, 2013) menyatakan bahwa uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti,

Uji Reliabilitas

Apabila pengujian instrumen lolos pada uji validitas, maka harus melakukan uji reliabilitas, uji reliabilitas digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya (Sugiyono, 2013), Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal adalah jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016).

Uji Asumsi Klasik

Menurut (Ghozali, 2016) uji asumsi klasik terhadap model regresi linier yang digunakan dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi baik atau tidak, tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengasumsikan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor (Sugiyono, 2013).

Pengujian Hipotesis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) mempunyai range 0 hingga 1. Semakin besar koefisien determinasi mengindikasikan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2016).

Uji T

Uji statistik t berfungsi untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas yang dilakukan pada SPSS menunjukkan bahwa setiap r hitung pada masing-masing variabel lebih kecil dibandingkan pada r tabel, sehingga pengujian penelitian ini dapat dikatakan lolos uji validitas dan tiap pernyataan pada penelitian dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas yang dilakukan pada SPSS menunjukkan bahwa setiap variabel yang diuji menunjukkan nilai cronbach alpha yang lebih besar dari 0,6. Sehingga pengujian penelitian ini dapat dinyatakan lolos uji reabilitas dan setiap variabel dalam penelitian ini reliabel dan konsisten.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Predicted Value
N		170
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.3352517
	Std. Deviation	.61450787
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.051
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c

Sumber : Hasil Olah SPSS

Dari hasil pengujian tabel diatas, hasil Asymp. Sig. (2-tailed) adalah $0.059 > 0.050$ artinya distribusi data pada penelitian ini normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF), dimana syarat untuk lolos uji ini adalah dengan nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Sumber: SPSS	Model	Collinearity Statistics		Hasil	Olah
		Tolerance	VIF		
Dari hasil diatas bahwa masing-masing yang diuji tolerance > 0.10 10, artinya pada tersebut tidak multikolinearitas.	1 (Constant)				
	Facilitating Conditions	.514	1.947		
	Pendapatan	.805	1.242		
	Suku Bunga	.638	1.566		
	Kemudahan	.638	1.568		
	Hedonic Motivations	.626	1.599		

pengujian tabel menunjukkan masing varibel memiliki nilai dan nilai VIF < pengujian terjadi

Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat apabila terdapat heteroskedastisitas dalam hasil pengolahan data, uji glejser dilakukan untuk mengamati hasil tersebut, data tersebut dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga syarat untuk lolos uji adalah dengan nilai signifikansi > 0.05 dan nilai dari t hitung < dari t tabel.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	15.469	.000
	Facilitating Conditions	-.563	.574
	Pendapatan	-1.160	.248
	Suku Bunga	.542	.589
	Kemudahan	.909	.365
	Hedonic Motivations	1.248	.214

Sumber : Hasil Olah SPSS

Dari hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa masing – masing variabel memiliki nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel (1.974), serta nilai signifikansi yang lebih besar dari 0.05 artinya pada pengujian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel, adapun persamaan umum dalam analisis regresi berganda dirumuskan menjadi $Y=1.391+0.218X_1+(-0.022X_2)+(-0.228X_3)+0.207X_4+0.235X_5+e$.

Berdasarkan model analisis regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa apabila terdapat kenaikan pada variabel indenpenden akan mempengaruhi variabel dependen, artinya pada pengujian ini menunjukkan bahwa variabel *facilitating conditions*, kemudahan dan *hedonic motivations* akan semakin meningkatkan minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*, sementara variabel pendapatan dan suku bunga tidak meningkatkan minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.391	.362		3.847	.000		
	Facilitating Conditions	.221	.080	.218	2.768	.006	.514	1.947
	Pendapatan	-.013	.037	-.022	-.352	.725	.805	1.242
	Suku Bunga	-.129	.040	-.228	-3.225	.002	.638	1.566
	Kemudahan	.202	.069	.207	2.927	.004	.638	1.568
	Hedonic Motivations	.242	.074	.235	3.289	.001	.626	1.599

Sumber : Hasil Olah SPSS

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 ^a	.476	.460	.65406

Sumber : Hasil Olah SPSS

Dari hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan Adjusted R Square adalah sebesar 0.460, artinya dimana 46% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu variabel facilitating conditions, pendapatan, suku bunga, kemudahan, hedonic motivations.

Uji T

Tabel 6. Hasil Uji T

		Coefficients ^a	
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.847	.000
	Facilitating Conditions	2.768	.006
	Pendapatan	-.352	.725
	Suku Bunga	-3.225	.002
	Kemudahan	2.927	.004
	Hedonic Motivations	3.289	.001

Sumber : Hasil Olah SPSS

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, dengan kriteria apabila nilai signifikansi dari setiap variabel independen < 0.05 dan nilai t hitung > t tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *Pay Later*

Berdasarkan uji parsial pada tabel 6 menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.768 dan nilai signifikansi 0.006 sehingga kesimpulannya adalah *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *Pay Later*.

Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa *Facilitating Conditions* menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong minat seseorang menggunakan sistem pembayaran *Pay Later*, sebab apabila terdapat fasilitas yang dapat mendukung dalam penggunaan metode *Pay Later*, maka individu juga akan semakin tinggi minatnya dalam menggunakan *Pay Later*, sehingga perlu bagi pihak perusahaan dan *e-commerce* untuk meninjau lagi, fasilitas apa saja yang dapat dikolaborasikan dengan *Pay Later* sehingga dapat menarik minat individu.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh (Adirineksa, 2021) yang menyatakan bahwa *Facilitating Conditions* memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *Pay Later*.

Berdasarkan uji parsial pada tabel 6 menunjukkan nilai t hitung sebesar - 0.352 dan nilai signifikansi 0.725 sehingga kesimpulannya adalah pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Hasil tersebut mengartikan bahwa pendapatan tidak menjadi faktor penting yang dapat mendorong minat individu dalam menggunakan *Pay Later*, sebab walaupun individu tersebut memiliki pendapatan yang baik tinggi maupun rendah, namun apabila tidak sesuai dengan kebutuhan maka pengguna tidak akan merasa keinginan untuk menggunakan *Pay Later* begitu juga sebaliknya.

Sehingga pada penelitian ini pendapatan berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*. Hasil dari penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu oleh (Asja et al., 2021) yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Pengaruh Suku Bunga terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *Pay Later*.

Berdasarkan uji parsial pada tabel 6 menunjukkan nilai t hitung sebesar -3.225 dan nilai signifikansi 0.002 sehingga kesimpulannya adalah suku bunga tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Hasil tersebut mengartikan bahwa suku bunga tidak menjadi faktor penting yang dapat mendorong minat individu dalam menggunakan *Pay Later*, yang artinya ketika individu merasa ingin menggunakan *Pay Later* karena kebutuhan dan faktor -faktor lain, suku bunga bukan menjadi pertimbangan utama dalam keputusan penggunaan *Pay Later*.

Sehingga pada penelitian ini suku bunga berpengaruh secara negatif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*. Hasil dari penelitian ini bertolak belakang dengan peneliti terdahulu (Hilmi & Pratika, 2021) yang menyatakan bahwa suku bunga berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *Pay Later*.

Berdasarkan uji parsial pada tabel 6 menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.927 dan nilai signifikansi 0.004 sehingga kesimpulannya adalah kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Hasil tersebut mengartikan bahwa semakin mudah dalam penggunaan *Pay Later* akan semakin mendorong individu untuk menggunakannya sebab apabila individu merasa mudah dan nyaman dalam menggunakan suatu teknologi, maka mereka akan menjadikan teknologi tersebut menjadi salah satu alat yang digunakan dalam kehidupannya sehari-hari, maka ketika penggunaan *Pay Later* dirasakan mudah oleh pengguna, maka pengguna akan semakin tertarik untuk menggunakannya, sehingga menjadikan kemudahan menjadi salah satu faktor yang penting dalam penggunaan sistem *Pay Later*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti terdahulu (Orientani & Kurniawati, 2021) bahwa kemudahan memiliki pengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Pengaruh Hedonic Motivations terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran *Pay Later*.

Berdasarkan uji parsial pada tabel 6 menunjukkan nilai t hitung sebesar 3.289 dan nilai signifikansi 0.001 sehingga kesimpulannya adalah Hedonic Motivations memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa Hedonic Motivations menjadi salah satu faktor yang penting dalam minat penggunaan metode pembayaran *Pay Later*, ketika ada motivasi hedonis dan perasaan senang dalam individu untuk menggunakan *Pay Later*, maka individu tersebut akan terdorong untuk menggunakan *Pay Later* tanpa mempertimbangkan hal-hal lain sebelum menggunakan *Pay Later* karena penggunaan tersebut memberikan rasa senang baginya, sehingga faktor ini dapat dijadikan bahan tinjauan perusahaan dan e-commerce bagaimana menjadikan *Pay Later* menjadi metode yang menyenangkan untuk digunakan sehingga dapat menarik minat pengguna untuk menggunakan *Pay Later*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Gupta et al., 2020) bahwa Hedonic Motivations memiliki pengaruh secara positif terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

SIMPULAN

Setelah pengujian dan analisis kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini adalah facilitating conditions, kemudahan dan hedonic motivations memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*, adanya faktor-faktor tersebut mendorong minat seseorang dalam menggunakan *Pay Later*. Namun, berbeda dengan pendapatan dan suku bunga dimana pada penelitian ini disimpulkan bahwa tidak memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem pembayaran *Pay Later*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirineksa, G. P. (2021). Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid 19 di DKI Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 327–342. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i2.283>
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat , Kemudahan , dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater : Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater : A Case Study of People in DKI Jakart. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 310.
- Asosiasi FinTech Indonesia. (2020). Annual Member Survey 2019/2020. Asosiasi Fintech Indonesia, 56.
- Bank Indonesia. (2016). Meta Data.
- Bank Indonesia. (2020). Elektronifikasi. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 251442.
- DSResearch. (2020). Indonesia Fintech Report 2020. 1–33. <https://fintechnews.sg/wp-content/uploads/2020/12/Fintech-Indonesia-Report-2020.pdf>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, A., Yousaf, A., & Mishra, A. (2020). How pre-adoption expectancies shape post-adoption continuance intentions: An extended expectation-confirmation model.

- International Journal of Information Management, 52(January 2020), 102094.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102094>
- Hasibuan, H. T. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Financial Technology Peer To Peer Lending Syariah. 1201–1215.
- Hilmi, L. D., & Pratika, Y. (2021). Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Malang, Malang City, Indonesia. International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR), 2021(2), 63–74.
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Andi Offset.
- Nirmalapurie, N. A. (2020). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Penggunaan Fitur PayLater Pada Aplikasi Gojek. Media Juris, 3(1), 101.
<https://doi.org/10.20473/mi.v3i1.19161>
- OJK. (2020). Perkembangan Fintech Lending Desember 2020. Otorisasi Jasa Keuangan, 1–11. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/-Statistik-Fintech-Lending-Periode-Desember-2020.aspx>
- Orientani, R., & Kurniawati, M. (2021). Factors Influencing Intention to Use SPayLater in Indonesia. Jurnal Manajemen Bisnis, 8(2), 285–294.
<https://doi.org/10.33096/jmb.v8i2.842>
- Pide, A. (2014). Ekonomi Mikro : Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha (Issue August). Andi.
<https://id1lib.org/book/17250850/d1c6c0>
- Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura, 23(3), 329–339. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343>
- Setiawan, S. R. D. (2021). Sebelum Transaksi Pakai Fitur Pay Later, Simak 5 Risikonya. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2019/09/27/140050726/sebelum-transaksi-pakai-fitur-pay-later-simak-5-risikonya>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2016). Makroekonomi (Teori Pengantar) (Edisi 3) (3rd ed.). Raja Grafindo Persada.
- Sunariyah. (2014). Pengantar Pengetahuan Pasar Modal (Edisi 6) (6th ed.). YKPN.
- Uyun, M., & Warsah, I. (2021). Psikologi Pendidikan. Deepublish.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. 1(3), 105–112.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Management Information Systems Research Center, University of Minnesota. MIS Quarter, 34(3), 567–594.