

INVESTIGATING USER ACCEPTANCE OF FINTECH PAYLATER WITH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)

Herlina ¹, Destriana Widyaningrum ²

¹ Program Studi Data Sains, Universitas Bunda Mulia

² Program Studi Informatika, Universitas Bunda Mulia

Jl. Lodan Raya No. 2, Jakarta Utara

jc.herlina@gmail.com, des3ana@gmail.com

Abstract - The development of technology in the financial sector known as financial technology (fintech). The fintechs that is currently popular in the community is Fintech paylater. Fintech paylater is a type of financing that allows consumers to make online purchases by making installments or paying in the future. Fintech is widely applied in e-commerce and other selling platforms. The specific purpose of this study investigates the acceptance of fintech paylater users using the Technology Acceptance Model (TAM) model. The research method uses quantitative research, data analysis techniques using structural equation models (SEM) with path analysis (AMOS). The sample in this study were 101 respondents. The results showed that Perceived Ease of Use has a positive influence on Perceived Usefulness with a significant 1% and a relationship strength of 0.928, Perceived Usefulness has a positive influence on Attitude Toward Using with a significant 1% and a relationship strength of 0.551, Perceived Ease of Use has a positive influence on Attitude Toward Using with a significant 1% and a relationship strength of 0.416, Behavioral Intention to Use with a significant 1% and a relationship strength of 0.551, 416, Behavioral Intention to Use has a positive influence on Actual Use with a significant 1% and a relationship strength of 0.753, Attitude Toward Using has a positive influence on Behavioral Intention to Use with a significant 5% and a relationship strength of 0.451, Perceived Usefulness has a positive influence on Behavioral Intention to Use with a significant 5% and a relationship strength of 0, 433.

Keywords - Fintech, Paylater, Technology Acceptance Model, Structural Equation Models

Abstrak - Perkembangan teknologi digital memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya perkembangan teknologi dalam bidang keuangan dikenal dengan *financial technology (fintech)*. Salah satu fintech yang sedang menjamur dimasyarakat adalah *Fintech paylater*. *Fintech paylater* jenis pembiayaan yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian online dengan cara mengangsur atau membayarnya dimasa mendatang. *Fintech* banyak diterapkan di *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bibli, Lazada, Traveloka, Bukalapak, Akulaku, Kredivo dan berbagai *platform* lainnya. Tujuan khusus penelitian ini menyelidiki penerimaan pengguna *fintech paylater* dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model (TAM)*. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif, teknik analisa data menggunakan model persamaan struktural (SEM) dengan analisis jalur (AMOS). Sampel dalam penelitian ini 101 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,928, *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,551, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,416, *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Actual Use* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,753, *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0,451, *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0, 433.

Kata Kunci - Fintech, Paylater, Technology Acceptance Model, Structural Equation Models

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya perkembangan teknologi dalam bidang keuangan dikenal dengan *financial technology (fintech)*. *Financial technology* merupakan institusi yang menjalankan jasa transaksi keuangan

sebagai pengganti lembaga keuangan formal atau bank [1]. *Fintech* banyak diterapkan di *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Bibli, Lazada, Traveloka, Bukalapak, JD.ID, Akulaku, Kredivo dan berbagai *platform* lainnya. Menurut lembaga survei Merchant Machine mengungkapkan Indonesia mengalami pertumbuhan e-commerce tercepat di dunia dengan nilai 78% pada tahun 2018 dari jumlah pengguna

internet di Indonesia lebih dari 100juta pengguna. Berikut sepuluh Negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat.

Tabel 1. Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat

No	Negara	Nilai Pertumbuhan (%)
1	Indonesia	78%
2	Meksiko	59%
3	Filipina	51%
4	Kolombia	45%
5	Uni Emirat Arab	33%
6	Vietnam	32%
7	Arab Saudi	32%
8	Israel	31%
9	India	27%
10	Tiongkok	27%

Sumber : Databox

Berdasarkan Tabel 1, dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan melakukan berbagai transaksi di *e-commerce* yang menunjang pertumbuhan transaksi *e-commerce* yang besar dibandingkan dengan Negara-negara lain. Hal-hal yang menunjang masyarakat melakukan transaksi di *e-commerce* salah satunya adanya dukungan *fintech* yang lebih efisien dalam melakukan transaksi. *Fintech* yang paling populer yang bekerja sama dengan *e-commerce* salah satunya *paylater*.

Fintech paylater jenis pembiayaan yang memungkinkan konsumen melakukan pembelian online dengan cara mengangsur atau membayarnya dimasa mendatang. Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) yang dilakukan pada 3.500 responden, transaksi di *e-commerce* Indonesia menggunakan *fintech paylater*, sebagai berikut :

Tabel 2. Durasi konsumen *e-commerce* RI menggunakan *paylater* (2022)

No	Kategori Waktu Penggunaan <i>paylater</i>	Nilai (%)
1.	Lebih dari 1 tahun	56%
2.	6-12 bulan	21%
3.	3-6 bulan	14%
4.	Kurang dari 3 bulan	9%

Sumber : Databox

Tabel 2, menunjukkan bahwa lima puluh persen lebih masyarakat merasakan manfaat *paylater* karena menggunakan lebih dari 1 tahun. dapat dikatakan *paylater* merupakan hal yang penting dalam melakukan transaksi belanja online. Berbagai manfaat *paylater* memudahkan konsumen dalam melakukan pembelanjaan online. Ragam alasan konsumen

menggunakan *paylater* per tahun 2022 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Ragam alasan konsumen menggunakan *paylater* dalam transaksi *E-commerce*

No	Ragam Alasan	Nilai (%)
1.	Beli kebutuhan mendesak	58%
2.	Cicilan jangka pendek	52%
3.	Banyak promo menarik	45%
4.	Batasi pengeluaran	36%
5.	Beli barang lain	26%
6.	Sekedar coba-coba	5%
7.	Lainnya	1%

Sumber : Databox

Berdasarkan Tabel 2 dan 3, secara tidak langsung *paylater* masih dibutuhkan masyarakat jika dilihat dari durasi penggunaan dan alasan penggunaan *fintech paylater*. Namun selain membawa dampak positif, *fintech paylater* juga membawa dampak negatif.

Financial technology merupakan pendatang baru yang menerapkan teknologi inovatif dalam melakukan transaksi perdagangan untuk menghemat biaya yang dapat menciptakan persaingan dagang [2]. *Financial technology* mengarah pada penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru dan dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. *Financial technology* dikategorikan menjadi beberapa jenis yaitu (1) Sistem Pembayaran, yang juga meliputi otorisasi, kliring, penyelesaian akhir, dan pembayaran, misalnya uang elektronik dan pembayaran mobile (2) *Market Supporter*, digunakan untuk memfasilitasi penyampaian informasi yang lebih cepat dan murah terkait produk dan layanan keuangan, misalnya menyediakan data perbandingan informasi produk atau layanan keuangan (3) Investasi dan Manajemen Risiko, misalnya produk investasi online dan asuransi online (4) *Lending Financing* (pembiayaan atau funding), dan *Capital raise*, misalnya layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi (*Peer to Peer Lending*) dan pembiayaan berbasis teknologi informasi (*crowd -funding*) (5) Jasa Keuangan Lainnya. Peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai *financial technology* di Indonesia yaitu Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 Tentang Penerapan *Financial Technology* [3].

Fintech Paylater merupakan aplikasi pembayaran belanja online seperti kartu kredit. *Paylater* merupakan produk *fintech* yang masuk dalam tiga kategori paling populer di Indonesia Dalam [4]. *Fintech Paylater*

merupakan produk e-commerce yang memiliki irisan dengan *mobile payment*, *mobile marketing* dan *mobile banking* yang digunakan untuk melakukan transaksi online [4]. *Fintech Paylater* banyak diaplikasikan di berbagai marketplace online seperti Shopee, OVO, GOJEK, Toko Pedia, Traveloka, kredivo, Akulaku, dll. Pada saat ini *paylater* menjadi populer dan menarik bagi masyarakat yang memiliki dana terbatas [1]. Senada dengan [5] mengungkapkan bahwa *Paylater* yang digemari oleh masyarakat. *Paylater* menjadi alat pinjaman yang mudah dalam melakukan kredit. Pengajuan *Paylater* sendiri sangat mudah yang tidak membutuhkan syarat pengajuan yang lengkap seperti kartu kredit. *Paylater* merupakan utang jangka pendek yang dilakukan secara kredit [6]. Jika ditinjau dalam aspek hukum perjanjian dalam skema *Paylater* terdapat hak dan kewajiban secara umum: [1]

- a. Konsumen merupakan penerima pinjaman dalam belanja online yang memiliki minat dalam membeli barang dan jasa yang memiliki kepentingan dengan produk tersebut. Memiliki kewajiban dalam melakukan pembayaran yang tepat waktu. konsumen mendapatkan hak ketika melakukan pembayaran tepat waktu akan mendapatkan peningkatan limit sesuai dengan kemampuan dalam melakukan pembayaran
- b. Penyedia *Paylater* merupakan pemberi pinjaman yang dilakukan secara daring sehingga penyedia layanan ini disebut dengan kreditur
- c. *Fintech* merupakan layanan pinjam meminjam uang yang berbasis teknologi informasi memiliki tugas memberikan pinjaman dan menagih pinjaman (*peer to peer lending*) yang menyelenggarakan dan mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam melalui system elektronik.

Dengan demikian pemahaman akan *Paylater* sangat dibutuhkan oleh user agar tidak terilit utang. Hasil penelitian [7] mengungkapkan bahwa aplikasi Shopee *paylater* merupakan fitur yang membantu user untuk membeli produk dengan pembelian dan pembayaran yang sangat memudahkan user dalam melakukan transaksi jual beli [8] kelebihan dan kekurangan dari *Paylater* yaitu

Kelebihan *Paylater* adalah:

- a. Proses pendaftaran mudah
- b. Diawasi OJK
- c. Fleksibel dan cepat
- d. Promo khusus

Sementara kekurangan *Paylater* diantaranya:

- a. Bunga cukup tinggi
- b. Denda
- c. Keamanan data Persepsi

Hasil penelitian [9] user lebih memilih bayar sekarang daripada nanti ketika mereka melakukan perencanaan dimasa depan. Senada dengan [10] mengungkapkan bahwa masyarakat lebih banyak memilih bertransaksi menggunakan kartu debit, transfer ATM daripada *paylater*. Senada dengan [11] masyarakat mengalami kepuasan penggunaan *paylater* lebih sedikit daripada tunai. Hasil [6] Mengungkapkan bahwa generasi muda lebih merencanakan menabung daripada beli sekarang bayar nanti.

Tujuan khusus penelitian ini menyelidiki bagaimana dengan kecenderungan penerimaan pengguna *fintech paylater* pada sistem belanja online di e-commerce dengan mengacu pada model *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* yang digunakan untuk menganalisis penerimaan suatu sistem teknologi informasi. Sejalan dengan [12] banyak ilmuwan mengadopsi *Technology Acceptance Model (TAM)* digunakan untuk menjelaskan, memprediksi dan mengendalikan teknologi untuk menentukan penerimaan teknologi berdasarkan teori yang sudah ada sebelumnya. Dalam [13] mengungkapkan bahwa teori *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang dikembangkan berdasarkan dari psikologi konsumen yang menggunakan teknologi berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), intensitas (*intention*) dan hubungan perilaku pengguna (*user behaviour relationship*). Dengan demikian penelitian *financial technology paylater* sangat sesuai jika di analisis menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menganalisis penerimaan *paylater*.

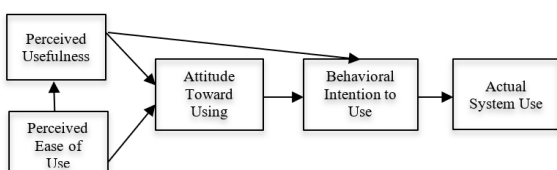
Model yang digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi yang tercatat dalam literature dalam bidang teknologi informasi antara lain *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, dan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model* adalah kerangka teori menggambarkan minat pengguna teknologi informasi [14]. Teori Davis mengungkapkan *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna teknologi menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan kepentingan pengguna [15]. Berdasarkan model *Technology Acceptance Model (TAM)*, rincian penjelasan terkait dengan masing masing variabel sebagai berikut:

1. Perspektif Manfaat Penggunaan (*Perceived Usefulness*). Kepercayaan pengguna dalam menggunakan sistem teknologi informasi dapat

membantu pengguna mencapai kinerja dan prestasi yang lebih baik. Pengguna akan menggunakan teknologi informasi ketika pengguna memiliki pemahaman mengenai manfaat atau manfaat (*usefulness*) yang positif.

2. Perspektif Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Pengguna mudah dalam menggunakan teknologi informasi secara terus menerus dalam pengoperasiannya (*Perceived Ease of Use*) sehingga pengguna merasakan bahwa teknologi informasi dapat mengurangi beban kerja
3. Sikap Terhadap Pengaplikasian (*Attitude Toward Using*). Sikap pro dan kontra terhadap teknologi informasi yang diaplikasikan pada suatu sistem untuk memprediksi tingkah laku untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya dalam arti evaluasi dari penggunaan teknologi informasi.
4. Perilaku Keinginan Untuk Menggunakan (*Behavioral Intention to Use*). Kecenderungan perilaku pengguna untuk setia menggunakan teknologi informasi bahkan akan mempromosikan teknologi informasi tersebut pada orang lain untuk ikut serta menggunakan teknologi informasi tersebut.
5. Pemakaian Aktual (*Actual Use*). Kondisi nyata dari teknologi informasi dimana pengguna merasa senang dalam menggunakan teknologi informasi tersebut dan meyakini bahwa teknologi informasi tersebut mudah digunakan serta terbukti meningkatkan kinerja yang tercermin dalam kondisi nyata pengguna yang di ukur dari durasi waktu pemakaian dalam berinteraksi dengan teknologi informasi.

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) dapat digunakan dalam topik sistem informasi berbasis web karena web merupakan bagian dari teknologi informasi [16]. Dalam penelitian ini teknologi informasi yang diteliti adalah *financial Thecnology Paylater*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah menggunakan semua variabel yang ada pada *Technology Acceptance Model* (TAM). Model penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Desain Penelitian

Berdasarkan desain penelitian berdasarkan model *Technology Acceptance Model* (TAM), maka hipotesis penelitian sebagai berikut:

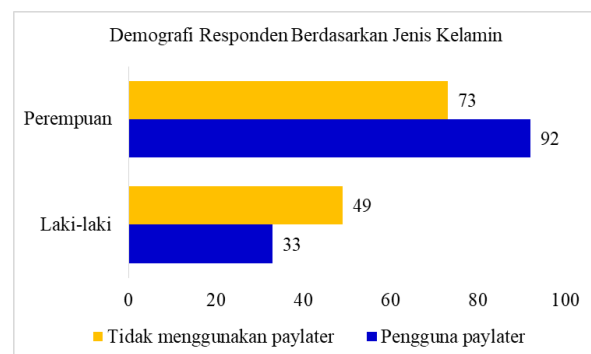
1. *Perceived ease of use* memiliki dampak terhadap *attitude toward using*
2. *Perceived ease of use* memiliki dampak terhadap *Perceived usefulness*
3. *Perceived usefulness* memiliki dampak terhadap *attitude toward using*
4. *Perceived usefulness* memiliki dampak terhadap *Behavioral Intention to Use*
5. *Attitude toward using* memiliki dampak terhadap *Behavioral Intention to Use*
6. *Behavioral Intention to Use* memiliki dampak terhadap *Actual System Use*

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak terbatas yaitu warga DKI Se-Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik eksidental dimana hanya responden yang bersedia mengisi kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 125 namun setelah analisis lanjut sampel menjadi 101 responden. Metode penelitian menggunakan Teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan analisis jalur (AMOS). Teknik analisis data menggunakan analisis jalur. Syarat analisis jalur adalah lolos uji pengukuran model, uji prasyarat model structural (SEM) dilanjutkan dengan uji structural model.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner yang dibagikan kepada responden yang berasal dari Jakarta menunjukkan bahwa dari 248 responden sebanyak 125 responden menggunakan fintech paylater. Demografi meliputi jenis kelamin dan pendapatan. Disajikan sebagai berikut:



Gambar 2. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

A. Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Suatu model akan memiliki convergent validity di atas 0,70 maka menunjukkan bahwa indikator pembentuk konstruk adalah valid. Berikut hasil olah output amos sebagai berikut

Tabel 4. Convergent Validity

	Estimate Convergent Validity	Keterangan
PU2 <--- PU	.945	Valid
PU1 <--- PU	.984	Valid
AT1 <--- AT	.880	Valid
AT2 <--- AT	.965	Valid
BI2 <--- BI	.950	Valid
BI1 <--- BI	.926	Valid
AU1 <--- AU	.997	Valid
AU2 <--- AU	.898	Valid
AT2 <--- AT	.965	Valid
PE1 <--- PE	.972	Valid
PE2 <--- PE	.928	Valid

b. Uji Reliabilitas

Mengukur konsistensi internal indikator dalam sebuah konstruk yang spesifik dalam menjelaskan sebuah konstruk yang membantu dalam menjelaskan sebuah fenomena. Teknik SEM reabiliti konstruk dinilai dengan menghitung:

$$Construct\ Reliability = \frac{(\sum Std. Loading)^2}{(\sum Std. Loading)^2 + \sum \epsilon_j}$$

Dalam [17] nilai reliabilitas diatas 0,7 dianggap reliable namun Nunally dan Bernstein (1994) menyatakan nilai diantara 0,5 sampai 0,6 dianggap reliable. Berdasarkan olah data didapatkan sebagai berikut:

Tabel 5. Reliabilitas

Variabel	Indikator	Estimasi	Error	Critical Ratio (C.R)	Keterangan
PU	PU1	0.984	0.158	0.845299	Reliabel
	PU2	0.945	0.523		
PE	PE1	0.972	0.297	0.794629	Reliabel
	PE2	0.928	0.636		
AT	AT2	0.965	0.371	0.745838	Reliabel
	AT1	0.880	0.789		
BI	BI2	0.950	0.491	0.71483	Reliabel
	BI1	0.926	0.913		
AU	AU1	0.997	0.033	0.765183	Reliabel
	AU2	0.898	1.069		

c. Uji Prasyarat Analisis SEM

Terdapat uji prasyarat dalam analisis jalur dengan SEM menurut [17] yaitu evaluasi ukuran sampel, evaluasi normalitas, evaluasi data *outliner*, kriteria *goodness of fit*.

1. Evaluasi ukuran sampel

Data observasi penelitian ini sebanyak 125 responden yang menggunakan fintech paylater namun dalam proses analisis menjadi 101 responden. Berdasarkan Hair, et al yaitu sampel penelitian 100-200 sampel.

2. Evaluasi normalitas

Dalam program Amos, asumsi normalitas dapat di lihat dari tabel Assessment of Normality merupakan output untuk menguji apakah data kita normal atau tidak secara univariat dan multivariate. Syarat asumsi ini harus terpenuhi sesuai dengan metode maximum Likelihood. Secara univariate nilai critical skewness (kemencengan) ±2,58 (signifikan pada 1%) maka data secara univariate terdistribusi normal. Hasil olah data sebagai berikut:

Tabel 6. Assessment of normality

Variable	min	max	skewness	c.r.	kurtosis	c.r.
PE	9.000	30.000	-.407	-1.672	-.761	1.561
PU	6.000	20.000	-.376	1.542	-.948	1.945
AT	6.000	20.000	.467	1.915	-.823	1.689
BI	5.000	20.000	.063	-.258	-.791	1.624
AU	10.000	20.000	.477	1.958	-.940	1.928
Multi variate					1.749	1.050

Berdasarkan Tabel 6. mengungkapkan bahwa secara univariate setiap variabel memiliki nilai critical skewness (kemencengan) diantara -2,58 dan 2,58 sehingga secara univariate data terdistribusi normal secara univariate. Secara multivariate nilai critical sebesar 1,050 terletak diantara -2,58 dan 2,58 sehingga data terdistribusi secara normal secara multivariate.

3. Evaluasi data *outliner* (Mahalanobis Distance)

Mengukur apakah data terdapat outlier atau tidak. Skor observasi dilihat dari nilai P1 dan P2 dimana nilai P1 menunjukkan asumsi normal yang dengan nilai probabilitas lebih dari 0,025 sedangkan P2 menunjukkan nilai jauh dari nilai

centroidnya (outlier) jika nilai P2 kurang dari 0,001. Berdasarkan output Amos sebagai berikut:

Tabel 7. Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
94	14.837	.011	.676
62	14.007	.016	.467
12	13.472	.019	.310
77	12.607	.027	.299
61	11.266	.046	.505
27	11.114	.049	.378
95	10.678	.058	.373
10	10.528	.062	.283
52	10.078	.073	.318
51	9.886	.079	.269
101	9.877	.079	.172
92	9.859	.079	.104
42	9.848	.080	.058
29	9.616	.087	.055
80	9.466	.092	.043
40	9.432	.093	.024
59	8.932	.112	.056
79	8.622	.125	.077
75	8.578	.127	.051
81	8.473	.132	.040
93	7.987	.157	.105
89	7.761	.170	.127
28	7.464	.188	.187
63	7.194	.207	.254
71	7.096	.214	.235
17	6.853	.232	.306
64	6.749	.240	.294
3	6.748	.240	.222
98	6.337	.275	.428
22	6.152	.292	.491
68	6.078	.299	.466
53	5.939	.312	.497
14	5.492	.359	.780
1	5.490	.359	.715
7	5.471	.361	.656
66	5.463	.362	.584
60	5.388	.370	.571
56	5.387	.371	.490
18	5.245	.387	.542
65	4.977	.419	.711
25	4.899	.428	.709
47	4.790	.442	.735
54	4.456	.486	.905
91	4.345	.501	.921
84	4.283	.509	.917
2	4.248	.514	.900

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
57	4.227	.517	.873
96	4.097	.536	.906
35	4.027	.546	.906
36	3.985	.552	.893
13	3.859	.570	.922
16	3.859	.570	.888
20	3.848	.571	.853
73	3.681	.596	.913
26	3.591	.610	.925
30	3.591	.610	.892
33	3.591	.610	.850
38	3.591	.610	.798
39	3.591	.610	.736
45	3.591	.610	.666
69	3.591	.610	.590
11	3.550	.616	.560
23	3.425	.635	.633
24	3.425	.635	.553
21	3.327	.650	.596
97	3.157	.676	.724
83	3.089	.686	.730
46	3.084	.687	.662
9	2.938	.710	.759
31	2.911	.714	.719
8	2.835	.725	.734
90	2.816	.728	.683
58	2.810	.729	.608
88	2.702	.746	.667
37	2.667	.751	.630
43	2.632	.757	.591
44	2.632	.757	.500
15	2.519	.774	.569
49	2.476	.780	.537
100	2.337	.801	.643
99	2.258	.812	.662
85	2.102	.835	.779
4	2.014	.847	.805
87	1.948	.856	.805
50	1.921	.860	.756
55	1.849	.870	.761
72	1.651	.895	.894
74	1.584	.903	.891
41	1.572	.905	.836
82	1.519	.911	.812
78	1.473	.916	.775
48	1.418	.922	.742
67	1.413	.923	.623
86	1.411	.923	.481
6	1.339	.931	.446
76	1.048	.959	.759
19	.773	.979	.935
32	.773	.979	.831

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
70	.762	.979	.655
34	.574	.989	.701

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa pengisian kuesioner oleh responden tidak ada data outlier karena nilai p2 lebih besar dari 0,01 sehingga memenuhi syarat dalam penelitian.

4. Evaluasi Multikolinearitas

Merupakan uji untuk mengetahui apakah antar variabel memiliki hubungan atau tidak. Untuk mengukur multikolinearitas adalah jika nilai *determinan of sample covariance matrix* mendekati angka 0 maka mengindikasikan bahwa model tersebut mengandung multikolinearitas. Berdasarkan hasil analisis *determinan of sample covariance matrix* sebesar 937,783 sehingga terbebas dari multikolinearitas.

5. Kriteria *goodness of fit*

Kriteria *goodness of fit* untuk menilai kelayakan dari model structural apakah data yang akan di olah memenuhi asumsi structural model persamaan structural atau tidak. Absolut fit measures mengukur model secara keseluruhan (baik model structural maupun model pengukuran secara bersama). Instrument pengukuran menggunakan ukuran instrument sebagai berikut [17]:

Tabel 8. *Goodness of Fit Indices*

Goodness of Fit Indices	Cut – Off Value	Hasil analisis
X ² Chi Square	Diharapkan Kecil	5,030
Probabilitas	≥ 0,05	0,284
RMSEA	≤ 0,08	0,051
GFI	≥ 0,90	0,980
AGFI	≥ 0,90	0,926
TLI	≥ 0,95	0,996
CFI	≥ 0,95	0,998

Berdasarkan Tabel 8. menunjukkan bahwa model persamaan structural sudah memenuhi syarat *goodness of fit indices* sehingga model persamaan sudah sesuai dan cocok digunakan untuk penelitian.

6. Pengujian Tabel Struktural

Berdasarkan hasil pengujian model struktural didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PU <--- PE	.582	.023	24.948	***	par_1
AT <--- PU	.543	.082	6.609	***	par_2

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
AT <--- PE	.257	.051	4.991	***	par_3
BI <--- AT	.489	.154	3.178	.001	par_4
BI <--- PU	.461	.151	3.045	.002	par_6
AU <--- BI	.543	.047	11.434	***	par_5

Tabel 10. Standardized Regression Weights

	Estimate
PU <--- PE	.928
AT <--- PU	.551
AT <--- PE	.416
BI <--- AT	.451
BI <--- PU	.433
AU <--- BI	.753

Berdasarkan Tabel 9 dan Tabel 10 menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,928 , *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,551, *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Attitude Toward Using* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,416, *Behavioral Intention to Use* memiliki pengaruh positif terhadap *Actual Use* dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,753, *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0,451, *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to Use* dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0,433.

Tabel 11. Squared Multiple Correlations

Variabel	Estimate	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	.862	Sebesar 86,2% variabel <i>Perceived Usefulness</i> dijelaskan oleh <i>Perceived Ease of Use</i> dan sisanya 13,8% dijelaskan oleh variabel lainnya.
<i>Attitude Toward Using</i>	.904	Sebesar 90,4% variabel <i>Attitude Toward Using</i> dijelaskan oleh <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Usefulness</i> dan sisanya 9,6% dijelaskan oleh variabel lainnya.
<i>Behavioral Intention to Use</i>	.757	Sebesar 75,7% variabel <i>Behavioral Intention to Use</i>

Variabel	Estimate	Keterangan
<i>Use</i>		dijelaskan oleh <i>Attitude Toward Using</i> dan <i>Perceived Usefulness</i> dan sisanya 24,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.
<i>Actual Use</i>	.567	Sebesar 56,7% variabel <i>Actual Use</i> dijelaskan oleh <i>Behavioral Intention to Use</i> dan sisanya 43,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Berdasarkan Tabel 11. Kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependent secara keseluruhan lebih dari 50%. Hal ini menunjukkan keterkaitan yang erat antara variabel.

B. Pembahasan

Penerimaan teknologi merupakan konsep vital untuk menghadapi penolakan konsumen dalam menggunakan teknologi. Literatur penerimaan dan penggunaan teknologi antara lain (UTAUT), UTAUT2, dan model penerimaan teknologi (TAM) dan TAM2 dimana semua literatur itu menjelaskan kontribusi model penerimaan teknologi dalam menjelaskan faktor faktor apa yang menyebabkan mereka menggunakan teknologi dan menolak teknologi [18]. Dalam penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan ilustrasi tentang perilaku konsumen bagaimana mereka menentukan penerimaan penggunaan teknologi yang dirasakan dan diinginkan oleh konsumen dalam menggunakan teknologi [12]. Tujuan dari model penerimaan yaitu untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan praktik baru dalam suatu komunitas sebagai pengakuan social terhadap perilaku, [19]. Berdasarkan rumusan hipotesis, berikut hasil analisis penelitian ini:

1. *Perceived ease of use* Terhadap *Perceived usefulness*

Kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,928. Berdasarkan hasil penelitian riview jurnal [20] mengungkapkan bahwa dari 7 penelitian yang diriview lima diantaranya mengungkapkan terdapat pengaruh kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) terhadap manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*). Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian [21], [22].

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa konsumen mudah dalam menggunakan fintech paylater dan merasakan manfaat dari penggunaan fintech paylater. Mereka merasakan manfaat dari penggunaan fintech paylater sebesar 82,6%. Angka ini menunjukkan bahwa fintech paylater sangat bermanfaat bagi para pengguna.

2. *Perceived ease of use* Terhadap *Attitude toward using*

Kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,416. Berdasarkan hasil penelitian riview jurnal [20] mengungkapkan bahwa dari 6 penelitian yang diriview tiga diantaranya mengungkapkan terdapat pengaruh Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap sikap terhadap pengaplikasian (*attitude toward using*). Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian [21], [13], [23] dan [22]

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa konsumen mudah dalam menggunakan fintech paylater dan mereka memiliki sikap yang positif dalam menggunakan fintech paylater. Mereka memiliki sikap yang positif dalam menggunakan fintech sebesar 90,4% karena mereka merasakan kemudahan dalam penggunaan dan merasakan manfaat dari fintech paylater.

3. *Perceived usefulness* Terhadap *Attitude toward using*

Manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,551. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian [21], [13] dan [22]

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa konsumen mudah dalam menggunakan fintech paylater dan mereka memiliki sikap yang positif dalam menggunakan fintech paylater. Mereka memiliki sikap yang positif dalam menggunakan fintech sebesar 90,4% karena mereka merasakan kemudahan dalam penggunaan dan merasakan manfaat dari fintech paylater.

4. *Perceived usefulness* Terhadap *Behavioral Intention to Use*

Manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif terhadap keinginan niat menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0,433. Hasil

penelitian ini di dukung oleh penelitian [21], [23] dan namun hasil ini bertolak belakang dengan [13] Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konsumen memiliki niat menggunakan fintech paylater dalam setiap belanja mereka. Mereka memiliki minat menggunakan fintech paylater sebesar 75,7% karena mereka memiliki alasan merasakan manfaat yang positif dari fintech paylater dan merasakan kemudahan dalam menggunakan fintech paylater.

5. *Attitude toward using Terhadap Behavioral Intention to Use*

Sikap dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*) memiliki pengaruh positif terhadap keinginan niat menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0,451. Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian [21], [13] dan [23]

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konsumen memiliki niat menggunakan fintech paylater dalam setiap belanja mereka. Mereka memiliki minat menggunakan fintech paylater sebesar 75,7% karena mereka memiliki alasan merasakan manfaat yang positif dari fintech paylater dan merasakan kemudahan dalam menggunakan fintech paylater.

6. *Behavioral Intention to Use Terhadap Actual System Use*

Keinginan niat menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi saat ini (*actual system use*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,753. Sejalan dengan hasil penelitian [23].

Berdasarkan hasil penelitian dan penelitian sebelumnya, konsumen memiliki niat menggunakan fintech paylater sampai saat ini sebesar 56,7% karena mereka merasakan manfaat, kemudahan, sehingga memiliki sikap yang positif terhadap fintech paylater.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif terhadap persepsi manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,928.
2. Kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif terhadap

sikap dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,416.

3. Manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,551.
4. Manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif terhadap keinginan niat menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0,433.
5. Sikap dalam menggunakan teknologi (*attitude toward using*) memiliki pengaruh positif terhadap keinginan niat menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) dengan signifikan 5% dan kekuatan hubungan sebesar 0,451.
6. Keinginan niat menggunakan teknologi (*behavioral intention to use*) memiliki pengaruh positif terhadap sikap penggunaan teknologi saat ini (*actual system use*) dengan signifikan 1% dan kekuatan hubungan sebesar 0,753.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Novendra and S. S. Aulianisa, "Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital dan Teknologi," *J. Rechts Vinding (Media Pemb. Huk. Int.*, vol. 9, no. 2, 2020.
- [2] D. Phan, P. K. Narayan, R. E. Rahman, and A. R. Hutabarat, "Do financial technology firms influence bank performance?," *Pacific-Basin Financ. J.*, p. 101210, 2019, doi: 10.1016/j.pacfin.2019.101210.
- [3] R. I. Candraningrat, N. Abundanti, W. N. Mujiati, R. Erlangga, and G. M. I. Jhuniantara, "The role of financial technology on development of MSMEs," *Accounting*, vol. 7, pp. 225–230, 2021, doi: 10.5267/j.ac.2020.9.014.
- [4] Y. Pratika, "UTAUT Model: Identifying the Driving Factors of the Intention to Use Paylater," *J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 8, no. 2, pp. 345–352, 2021, doi: 10.26905/jbm.v8i2.6306.
- [5] I. E. Prastiwi and T. N. Fitria, "Konsep Paylater Online Shopping dalam Pandangan Ekonomi Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 7, no. 1, p. 425, 2021, doi: 10.29040/jiei.v7i1.1458.
- [6] P. Gerrans, D. G. Baur, and S. Lavagna-Slater, "Fintech and responsibility: Buy-now-pay-later arrangements," *Aust. J. Manag.*, no. June, 2021,

- doi: 10.1177/03128962211032448.
- [7] T. Rahayu, "Analisis Akad Jual Beli E-Commerce Shopee Paylater dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Iqtishodiah*, vol. 3, no. 2, pp. 1–15, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.ibntegal.ac.id/index.php/iqtishodiah>.
- [8] R. Sari, "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia," *J. Ris. Bisnis dan Investasi*, vol. 7, no. 1, pp. 44–57, 2021, doi: 10.35313/jrbi.v7i1.2058.
- [9] Y. Jang, L. Miao, and C.-C. Chen, "Pay Now or Pay Later: The Impact of Time on Payment Preference in Hotel Booking," *J. Vacat. Mark.*, 2021, [Online]. Available: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/13567667211066323>.
- [10] F. A. Putri and S. S. Iriani, "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 8, no. 3, p. 818, 2020, doi: 10.26740/jim.v8n3.p818-828.
- [11] J. C. Siemens, "When consumption benefits precede costs: Towards an understanding of 'buy now, pay later' transactions," *J. Behav. Decis. Mak.*, vol. 20, no. 5, pp. 521–531, 2007, doi: 10.1002/bdm.564.
- [12] K. M. Conrad, C. B. Verhoff, and J. Dillon, "Technology Acceptance Models," in *The International Encyclopedia of Health Communication*, JohnWiley, 2022.
- [13] C. J. Toha and M. Mulyati, "Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Pada Aplikasi Greatday," *J. Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 2, 2022.
- [14] R. E. Badri, A. S. Putri, and R. Dyasvaro, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Fintech Paylater : Integrasi Model TAM Dengan Religiusitas," *Semin. Nas. Has. Penelit. dan Pengabd. Masy.*, pp. 91–99, 2022.
- [15] T. Irawati, E. Rimawati, and N. A. Pramesti, "Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses)," *is Best Account. Inf. Syst. Inf. Technol. Bus. Enterp.*, vol. 04, no. 2019, pp. 106–120, 2020, doi: 10.34010/aisthebest.v4i02.2257.
- [16] A. Hadianto, "Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Academia*. 2008.
- [17] M. Waluyo, *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM)*, Sugiarti, Jawa Timur: UPN Veteran, 2016.
- [18] F. Jumaah, S. Salisu, and S. Alfahad, "Technology Acceptance Model in Social Commerce," in *Artificial Neural Networks and Structural Equation Modeling*, 2022.
- [19] A. Fuentes-martinez, "From a Technology Acceptance Model to a Practice Acceptance Model From a technology acceptance model to a practice acceptance model," *Ars Educ.*, no. September, 2021, doi: 10.26881/ae.2020.17.03.
- [20] G. Okunnu, J. Folarin, and T. W. Olawale, "Review of technology acceptance model," *A J. Dep. Mass Commun.*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [21] W. Prabawati and M. Harsono, "Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM) Pada Komputerisasi Kegiatan Pertanian," *J. Econ.*, vol. 12, no. 1, 2016, doi: 10.21831/economia.v12i1.8415.
- [22] U. Sulistiyo *et al.*, "Determinants of Technology Acceptance Model (TAM) Towards ICT Use for English Language Learning," *J. Lang. Educ.*, vol. 8, no. 2, 2022, doi: 10.17323/jle.2022.12467.
- [23] M. Husin *et al.*, "Translation and Validation of the Questionnaire on Acceptance to Telemedicine from the Technology Acceptance Model (TAM) for Use in Malaysia," *Biomed Res. Int.*, p. 9, 2022.