

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN SHOPEE PAY LATER

Rizkiza Aurin¹, Ratih Kusumastuti²

^{1,2}Universitas Jambi

¹rizkizaaurin25@gmail.com, ²ratihkusumastuti@unja.ac.id

^{*)}rizkizaaurin25@gmail.com

Abstrak

Dalam laporan literasi digital 2022, Shopee telah menjadi aplikasi belanja online pilihan nomor satu di Indonesia dengan pangsa pasar sekitar 3,37%. Terobosan teknologi seperti SPayLater telah memberikan kemudahan dan kepercayaan kepada konsumen dalam transaksi keuangan. Penulisan ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara literasi keuangan dan tingkat kepercayaan mahasiswa dengan minat mereka dalam menggunakan layanan SPayLater. Metode penulisan yang digunakan adalah metode riset asosiatif yang berfokus pada eksplorasi hubungan antara literasi keuangan, tingkat kepercayaan, dan minat penggunaan SPayLater. Data utama dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Form, dengan total 40 sampel responden. Hasil penulisan menunjukkan bahwa literasi keuangan dan tingkat kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan SPayLater, menggarisbawahi pentingnya literasi keuangan dan kepercayaan dalam mendorong penggunaan teknologi keuangan seperti SPayLater

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Kepercayaan, Pay Later

Abstract

In the 2022 digital literacy report, Shopee has become the number one choice for online shopping in Indonesia with a market share of approximately 3.37%. Technological breakthroughs like SPayLater have provided convenience and trust to consumers in financial transactions. This research aims to evaluate the relationship between financial literacy and the level of trust among students and their interest in using SPayLater services. The research method used is an associative research method that focuses on exploring the relationship between financial literacy, trust levels, and the interest in using SPayLater. The primary data was collected through a questionnaire distributed via Google Form, with a total of 50 respondent samples. The research results indicate that financial literacy and trust levels have a positive and significant impact on the interest in using SPayLater, emphasizing the importance of financial literacy and trust in promoting the use of financial technology like SPayLater.

Keywords: Financial Literacy, Trust, Pay Later

DOI: <https://doi.org/10.32503/akuntansi.v4i2.4522>

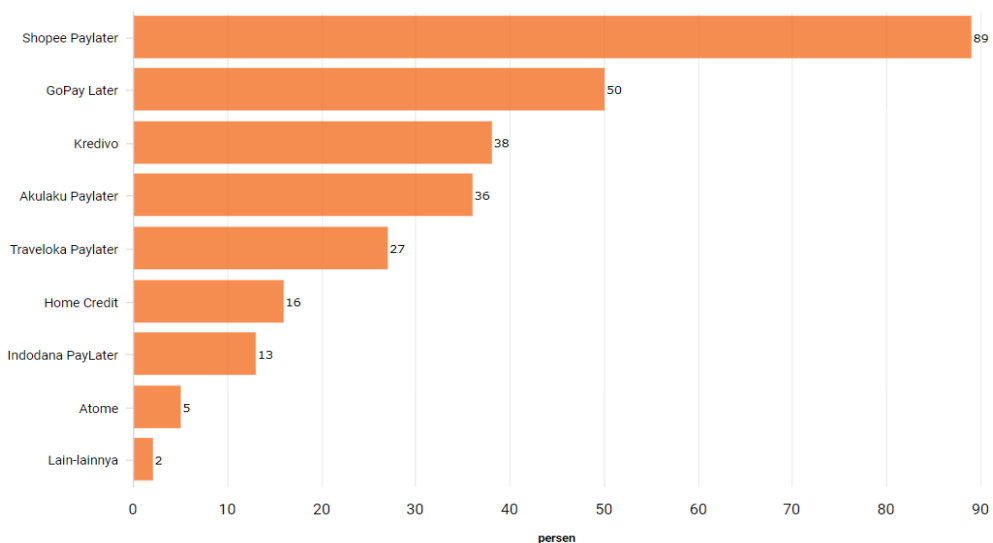
Diterima 11 November 2023; Direvisi 14 November 2023; Disetujui 25 November 2023

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berdampak signifikan di era digital, khususnya di sektor keuangan yang penting dalam perekonomian. Teknologi informasi berkembang pesat dan memudahkan kehidupan, terutama dalam bisnis termasuk E-Commerce. Teknologi ini memengaruhi hampir semua aspek masyarakat, mengubah aktivitas fisik menjadi nonfisik terutama dalam bisnis yang berpindah ke infrastruktur digital. Internet juga mendukung pertumbuhan e-commerce dengan banyak platform online (Purnamasari et al., 2023). Menurut laporan literasi digital 2022, Shopee adalah aplikasi belanja online pilihan nomor satu di Indonesia dengan pangsa pasar sekitar 3,37%. Ini mencerminkan perubahan perilaku belanja dari pasar lokal ke platform online (Amelia et al., 2022).

Dalam lingkungan E-Commerce yang terus berkembang, uang dan transaksi keuangan telah mengalami revolusi signifikan, terutama melalui pemanfaatan teknologi keuangan (fintech). Konsep nilai uang tidak lagi hanya terkait dengan uang kertas dan koin, melainkan dapat disimpan dalam bentuk elektronik. Shopee sebagai salah satu pemimpin dalam industri E-Commerce, memanfaatkan fintech dengan menghadirkan fitur Shopee PayLater. Fitur ini memberikan konsumen kesempatan untuk melakukan pembelian saat ini dan membayar nanti, mengubah cara transaksi keuangan yang dilakukan. Namun penggunaan Shopee PayLater tidak sembarangan, konsumen perlu memenuhi persyaratan mendaftar dengan verifikasi KTP, penggunaan akun dalam waktu minimal 3 bulan, dan riwayat transaksi sebelumnya (Ramadany & Artadita, 2022).

Putri et al. (2022) menjelaskan bahwa SPayLater adalah produk paylater dari Shopee, yang diawasi oleh OJK dan dikembangkan bersama PT Lentera Dana Nusantara. Konsumen perlu mengaktifkan SPayLater di Shopee dan memenuhi persyaratan tertentu untuk mendapatkan batas pinjaman, yang hanya berlaku untuk pembelian di aplikasi Shopee dan tidak dapat diubah. Teknologi ini merupakan langkah baru dalam transaksi keuangan yang memberi konsumen kemudahan dan kepercayaan dalam penggunaannya.



(Sumber: Muhamad (2023))

Gambar 1 Merek Layanan Paylater yang Diketahui Responden (September 2023)

Menurut laporan Populix edisi Oktober 2023 berjudul “Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption,” Shopee PayLater menjadi layanan paylater yang paling dikenal di kalangan responden dengan brand awareness mencapai 89%, angka tertinggi dibandingkan dengan pesaing lainnya. Selain dikenal secara luas, Shopee PayLater juga menjadi pilihan utama, digunakan oleh 77% dari 45% responden yang pernah mencoba layanan paylater. Hal ini mengindikasikan bahwa Shopee PayLater bukan hanya dikenal secara luas, tetapi juga banyak digunakan oleh masyarakat.

Farhani et al., (2023) menjelaskan generasi Z, terutama mereka yang berusia 19-25 tahun merupakan segmen pengguna paylater yang signifikan. Mereka aktif di layar dengan penggunaan harian lebih dari 6 jam telah mahir dalam teknologi, dan cenderung mengunjungi situs belanja online dan e-commerce. Mahasiswa yang disebut sebagai bagian dari generasi Z, juga menggunakan paylater karena mereka sudah dewasa dan menyadari konsekuensinya. Ini membentuk pola baru dalam perilaku konsumen di mana berbelanja online lebih praktis dan menguntungkan berkat promo seperti diskon dan cashback yang ditawarkan dalam fitur paylater untuk menarik konsumen potensial.

Menurut Wiryaningtyas (2023), salah satu kunci mengelola keuangan adalah pengendalian pengeluaran. Pengeluaran yang tidak terkendali dapat menunjukkan rendahnya literasi keuangan, yaitu pengetahuan, keyakinan, dan ketrampilan untuk mengelola keuangan dengan baik. Literasi keuangan bertujuan meningkatkan pemahaman, sikap, dan perilaku konsumen dalam pengelolaan keuangan. Pengetahuan tentang keuangan penting agar individu dapat membuat keputusan keuangan yang tepat dan memanfaatkan produk dan instrumen keuangan secara optimal.

Tak hanya itu, Saputra & Sudarwanto (2023) menambahkan bahwa kepercayaan juga merupakan faktor utama yang memengaruhi masyarakat dalam bertransaksi online melalui Shopee, terutama saat menggunakan Shopee Paylater. Dalam dunia E-Commerce yang dilanda oleh meningkatnya kasus penipuan online, keyakinan menjadi elemen penting dalam keputusan pembelian konsumen. Tingkat kepercayaan pada layanan Shopee Paylater diperkuat oleh pengawasan Badan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang bertugas memonitor sektor jasa keuangan. Dengan pengawasan OJK, konsumen merasa lebih percaya dan yakin dalam menggunakan Shopee Paylater untuk pembelian mereka. Kepercayaan konsumen ini memegang peranan penting dalam penggunaan Shopee Paylater.

Penulisan yang dilakukan oleh Listiana et al., (2022) menyimpulkan bahwasanya literasi keuangan, kepercayaan, dan risiko memiliki dampak positif pada minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee. Tak hanya itu, Zahroh et al., (2023) dalam hasil penulisannya menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian melalui metode pinjaman online seperti SPayLater. Pengguna SPayLater cenderung memiliki "trust intention," yang berarti mereka bergantung pada metode pembayaran SPayLater dan memiliki "trust believe," yang berarti mereka percaya pada layanan tersebut bahkan ketika ada gangguan.

Dengan merujuk kepada informasi di atas, penulis berupaya melakukan penulisan dengan maksud menemukan apakah penggabungan kedua variabel tersebut dapat menjadi faktor yang berperan dalam penulisan ini. Penentuan topik ini dipilih karena relevansinya yang tinggi dan relevan dalam konteks fenomena

seperti SPayLater, yang sangat populer di kalangan generasi Z. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis dampak literasi keuangan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap minat penggunaan Shopee Pay Later. Literasi keuangan merujuk pada pemahaman konsep keuangan dan kemampuan mengelola uang dengan bijak. Kepercayaan konsumen mencakup tingkat keyakinan dan kepercayaan pada keamanan serta kualitas layanan Shopee Pay Later. Penelitian ini akan menguji hubungan antara variabel literasi keuangan, tingkat kepercayaan, dan minat mahasiswa dalam penggunaan Shopee Pay Later.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembang platform E-Commerce, regulator keuangan, dan konsumen dalam memahami kontribusi literasi keuangan dan tingkat kepercayaan dalam penggunaan layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan dasar pengetahuan tentang bagaimana dampak literasi keuangan, kepercayaan dan minat mahasiswa terhadap penggunaan Shopee PayLater.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut Indahyani & Dewi (2021) merupakan gabungan keterampilan dan pengetahuan yang dapat mempengaruhi sikap dan tindakan seseorang dalam mengambil keputusan yang bijak dalam mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan hidup.

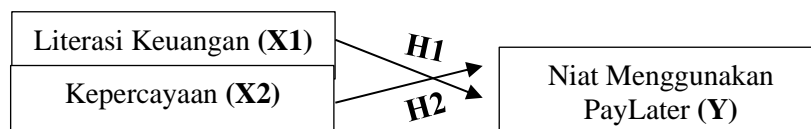
Kepercayaan

Putri & Iriani (2020) menjelaskan kepercayaan merupakan elemen sentral yang memengaruhi tindakan konsumen, dan tingkat kepercayaan ini dipengaruhi oleh tiga kategori faktor utama: yaitu kepercayaan terhadap penjualan daring, saluran pembelian, serta kerangka jaminan yang berkaitan dengan aspek bisnis dan regulasi lingkungan sekitarnya.

Minat

Setyawati (2022) menjelaskan minat adalah hasil dari penggabungan antara keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu dengan kemauan atau niat untuk melakukannya. Minat dapat tumbuh dan berkembang lebih kuat ketika ada motivasi atau dorongan yang mendorong individu untuk mengejar atau mengeksplorasi apa yang menarik minat mereka.

Adapun model penelitian ialah sebagaimana berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

METODE PENULISAN

Penelitian ini mengadopsi metode riset asosiatif dengan tujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara literasi keuangan dan kepercayaan dengan minat seseorang dalam menggunakan SPayLater. Metode pengumpulan data yang dominan adalah melalui data primer menggunakan kuesioner. Kuesioner disebarakan melalui Google Form untuk memudahkan responden dalam mengisi. Populasi pada penulisan ini adalah mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas

Jambi angkatan 2019 yang berjumlah 156 orang. Penulis melakukan pengambilan sampel sebanyak 40 dari 156 orang mahasiswa S1 jurusan akuntansi dari Universitas Jambi dengan menerapkan metode purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel, yang mewajibkan responden memenuhi sejumlah kriteria, seperti:

1. Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Universitas Jambi angkatan 2019
2. Berumur 19 – 25 tahun
3. Aktif menggunakan shopee dengan transaksi belanja minimal 5x per bulan
4. Memiliki pengetahuan mengenai Shopee PayLater
5. Pernah melakukan transaksi menggunakan Shopee PayLater
6. Memiliki kondisi Shopee PayLater aktif dengan limit > 7 juta

Sementara, dalam mengelola data memanfaatkan SPSS 25, berikut ini ialah metode pengujian yang diterapkan untuk proses pemrosesan data yang dipergunakan yakni:

1. Uji Validitas akan menggunakan metode korelasi product moment untuk menentukan apakah setiap item dianggap valid. Validitas akan diukur dengan melihat nilai korelasi (r), di mana jika $r \geq 0,10$, maka item dianggap valid, sedangkan jika $r \leq 0,10$, item dianggap tidak valid
2. Uji Reliabilitas akan menggunakan koefisien reliabilitas. Instrumen penulisan dianggap reliabel jika koefisien reliabilitas > 0,5 ketika menggunakan pendekatan Alpha Cronbach
3. Uji Normalitas akan dimanfaatkan untuk penentuan apakah data memiliki distribusi normal. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi (sig.) $\geq 0,05$
4. Uji Multikolinieritas akan mengukur apakah terdapat multikolinieritas dalam data. Jika nilai toleransi $\geq 0,1$ lalu $\text{VIF} \leq 10$, maka tidak ada indikasi adanya multikolinieritas
5. Uji Linearitas akan dilakukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika signifikansi (Linearitas) < $\alpha = 0,05$, maka terdapat hubungan linier
6. Analisis Regresi Linear Berganda akan dipergunakan untuk memahami korelasi antara variabel independen (X_1 dan X_2) dan variabel dependen (Y) dengan model $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$. Koefisien determinasi (R^2) akan digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen dapat meramalkan variabel dependen
7. Uji Signifikansi Serempak (Uji-F) akan dipergunakan untuk pengujian apakah semua faktor independen yang dipertimbangkan dalam model berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi (sig.) > 0,05, maka tidak terdapat pengaruh
8. Uji Signifikan Parsial (Uji-t) akan digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen secara individual. Jika nilai signifikansi (sig.) < $\alpha = 0,05$, maka ada pengaruh. (Putri et al., 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 40 responden telah mengisi kuesioner serta telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menjalankan uji validitas pada setiap respon yang diberikan. Tujuan dari uji validitas adalah untuk

menguji keabsahan dari setiap pertanyaan yang ada dalam survei yang dirancang. Berikut adalah hasilnya:

Uji Validitas

Dari hasil uji validitas dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang digunakan oleh penulis terbukti valid. Artinya, setelah penulis melakukan uji validitas dan hasilnya menunjukkan bahwa kuesioner yang mereka gunakan adalah alat yang sah dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel atau konsep yang sesuai dengan tujuan penulisan ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
LK1	0,656	0,000	Valid
LK2	0,708	0,000	Valid
LK3	0,511	0,000	Valid
LK4	0,713	0,000	Valid
LK5	0,602	0,000	Valid
LK6	0,716	0,000	Valid
K1	0,656	0,000	Valid
K2	0,609	0,000	Valid
K3	0,724	0,000	Valid
K4	0,772	0,000	Valid
K5	0,536	0,000	Valid
K6	0,610	0,000	Valid
K7	0,564	0,000	Valid
M1	0,538	0,000	Valid
M2	0,732	0,000	Valid
M3	0,673	0,000	Valid
M4	0,766	0,000	Valid
M5	0,554	0,000	Valid
M6	0,741	0,000	Valid
M7	0,563	0,000	Valid

Sumber: Data diolah

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas, menggunakan uji Cronbach Alpha, digunakan untuk menentukan sejauh mana kuesioner yang disebarkan dapat diandalkan. Suatu variabel dianggap mempunyai reliabilitas yang cukup jika nilai Cronbach Alpha-nya melebihi 0,70. (Ghozali (2018) dikutip dalam Salsabila (2023))

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Items	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,729	6	Reliabel
Kepuasan (X2)	0,760	7	Reliabel
Minat (Y)	0,771	7	Reliabel

Sumber: Data diolah

Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov adalah salah satu metode statistik yang dipakai untuk menilai apakah suatu himpunan data mengikuti distribusi normal ataupun tidak. Berikut adalah hasil uji normalitas:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		49
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57745243
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.077
	Negative	-.107
Test Statistic		.107
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah

Dari temuan pada tabel 3, khususnya uji normalitas yang menunjukkan nilai signifikansi (sig.) adalah $0,200 > 0,05$, hal tersebut dapat dinyatakan bahwasanya data tersebut mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. menampilkan nilai toleransi sebesar 0,981 dengan VIF sebesar 1,019, yang mengindikasikan bahwa dalam analisis regresi yang dilakukan, tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.981	1.019
	Kepuasan	.981	1.019

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah

Uji Linearitas

Hasil analisis Linearitas mengindikasikan bahwa deviasi linier antara literasi keuangan dan kepuasan memiliki tingkat signifikansi yang $> 0,05$. Dengan kata lain, temuan ini menegaskan bahwa tidak adanya korelasi linear antara keduanya.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Variable	Deviation From Linearity	Keterangan
X1	0,675	Linier
X2	0,320	Linier

Sumber: Data diolah

Uji Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi mengungkapkan beberapa informasi penting. Pertama, nilai konstanta dalam model adalah 11.572, yang menandakan bahwa minat dalam memanfaatkan SPayLater akan meningkat sebesar 11.572 unit jika variabel independen diatur ke 0. Selanjutnya, koefisien regresi untuk literasi keuangan adalah 0,354, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu poin dalam literasi keuangan akan berkontribusi pada kenaikan sebesar 0,354 poin dalam minat memanfaatkan SPayLater. Sementara itu, koefisien regresi untuk kepuasan adalah 0,242, yang menunjukkan peningkatan satu poin dalam variabel kepuasan berakibat peningkatan sebesar 0,242 poin dalam minat menggunakan SPayLater

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	11.572	3.338		3.467	.001
	Literasi Keuangan	.354	.130	.355	2.731	.009
	Kepuasan	.242	.108	.292	2.251	.029

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Data dalam Tabel 7 mengindikasikan bahwa tingkat signifikansi < 0,05, menandakan bahwa minat dalam menggunakan SPayLater dipengaruhi secara sama-sama oleh literasi keuangan dan tingkat kepercayaan.

Tabel 7. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.470	2	50.235	7.247	.002 ^b
	Residual	318.877	46	6.932		
	Total	419.347	48			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Literasi Keuangan

Sumber: Data diolah

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 menampilkan hasil analisis regresi dan mengungkapkan bahwa nilai R² adalah 0,240 untuk koefisien determinasi. Artinya, 24% dari variasi atau variasi dalam keinginan untuk menggunakan SPayLater dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan kepuasan, sedangkan 76% sisanya tidak dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut dan lebih dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diselidiki dalam penulisan ini.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.489 ^a	.240	.207	2.63289

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah

Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik T)

Dari Tabel 9 dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel literasi keuangan (X1) terhadap minat seseorang menggunakan SPayLater (Y) karena nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,009 < 0,05$. Artinya, literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan SPayLater. Namun, untuk variabel kepuasan (X2), hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) adalah $0,029 < 0,05$. Ini mengindikasikan bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan SPayLater.

Tabel 9. Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.572	3.338		3.467	.001
Literasi Keuangan	.354	.130	.355	2.731	.009
Kepuasan	.242	.108	.292	2.251	.029

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah

Kesimpulannya, berdasarkan Tabel 9 kedua variabel literasi keuangan dan kepuasan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat penggunaan SPayLater dalam konteks penulisan ini.

PEMBAHASAN

Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Spaylater

Hasil pengujian hipotesis yang terdapat dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa koefisien literasi keuangan terhadap niat penggunaan PayLater adalah sebesar 2.731, dan nilai signifikansi (P value) sebesar 0.009. Dalam konteks penulisan ini, tingkat signifikansi α (alpha) telah ditetapkan pada 5% atau 0.05. Karena P value ($0.009 < \alpha$ (0.05)), maka dapat ditarik kesimpulan bahwasanya variabel literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan PayLater. Artinya, H1 dalam penulisan ini diterima.

Literasi keuangan membantu mahasiswa membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam penggunaan PayLater untuk menghindari perilaku meminjam yang berlebihan. Selain itu, Selvi & Listiana (2022) menambahkan dalam hasil penulisannya bahwa literasi keuangan, kemudahan, dan risiko secara positif memengaruhi minat penggunaan fintech payment (PayLater) di platform Shopee.

Kepuasan Terhadap Minat Menggunakan Spaylater

Hasil analisis hipotesis dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa koefisien kepuasan terhadap niat penggunaan PayLater adalah sebesar 2.251, dan P value (nilai signifikansi) adalah 0.029. Dalam penulisan ini, tingkat signifikansi α (alpha) telah ditetapkan pada 5% atau 0.05. Karena P value (0.029) lebih kecil daripada α (0.05), maka ditarik kesimpulan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan PayLater. Dengan kata lain, H2 dalam penulisan ini diterima.

Kepercayaan ini mencerminkan keyakinan mahasiswa bahwa Shopee PayLater akan memenuhi harapan mereka dan memberikan pengalaman yang positif. Dengan kata lain, mahasiswa merasa yakin bahwa layanan Shopee PayLater akan memberikan manfaat dan kemudahan yang mereka harapkan, sehingga mereka lebih cenderung untuk menggunakannya. Stifani (2023) menambahkan dalam penelitiannya bahwa dalam konteks aplikasi Shopee, penggunaan PayLater juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan pengaruh langsung lebih dominan dibandingkan pengaruh tidak langsung. Artinya, penggunaan PayLater, terutama dalam hal kemudahan penggunaannya, memainkan peran penting dalam keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan di Aplikasi Shopee.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat penggunaan SPayLater. Berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakan PayLater. Literasi keuangan membantu individu membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam penggunaan layanan ini, sehingga membangkitkan minat mereka untuk mempergunakannya. Selain itu, kepercayaan juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pemakaian Shopee PayLater oleh mahasiswa. Hal ini menggambarkan bahwa mahasiswa mempercayai bahwa Shopee PayLater akan memberikan layanan yang berkualitas dan dapat diandalkan saat digunakan. Kepercayaan ini merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan layanan tersebut, karena mereka yakin akan pengalaman positif yang akan mereka dapatkan. Dalam keseluruhan, literasi keuangan dan kepercayaan berperan kunci dalam memengaruhi minat penggunaan SPayLater, khususnya pada mahasiswa.

SARAN

Penulis memberikan saran untuk penulisan berikutnya, yang meliputi:

1. Dapat melibatkan variabel-variabel tambahan, seperti literasi keuangan digital, motivasi hedonis, pengaruh sosial, faktor keamanan, dan kepercayaan lainnya untuk lebih mendalami pengaruh terhadap niat penggunaan PayLater
2. Menggunakan metode pengumpulan data yang berbeda dari kuesioner online guna memastikan hasil penulisan lebih akurat dan mencerminkan situasi sebenarnya
3. Dapat memperluas cakupan responden, tidak hanya terbatas pada mahasiswa di Indonesia, melainkan juga melibatkan masyarakat umum, orang dewasa, pelajar, dan karyawan, untuk memahami penggunaan PayLater dalam berbagai kelompok populasi

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, R., Negara, R. ., Minarto, B., Manurung, T. ., & Akbar, M. (2022). Status Literasi Digital Indonesia2022. *Katadata Insight Center, Status Literasi Digital di Indonesia*, 80. <https://survei.literasidigital.id/>
- Fanny Anggraeny Putri, S. S. I. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Farhani, N. H., Ramadhani, A. A., Sukimin, D. A. R., & Amin, A. N. (2023). Analisis Faktor–faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Paylater dengan Model UTAUT2. *AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 72–78.
- Indahyani, K., & Dewi, I. G. A. K. R. S. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 12(3), 932–942.
- Muhamad, N. (2023). *8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia, Shopee Paylater Juara*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/25/8-layanan-paylater-terpopuler-di-indonesia-shopee-paylater-juara>
- Nor Hidayanti, Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, F. A. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Melalui Financial Technology Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Abdurachman Saleh Situbondo*. 2(3), 393–407.
- Pera Dwiwansi, Endah Dewi Purnamasari, S. L. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Experience Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paylater Pada E-Commerce. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 48–58. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v10i2.781>
- Putri, Selvi, D., & Mulatsih, Listiana, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 10(4), 883. <https://penulis.net/index.php/IJEIT>
- Putri, S. E., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan technology acceptance model terhadap minat menggunakan paylater pada mahasiswa. *JEBM: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 64–72.
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Pembelian Impulsif pada Generasi Z di Indonesia. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 606–614.
- Salsabila, S. T. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan PayLater Pada Mahasiswa di Indonesia*. 31–41.
- Saputra, V. R. J., & Sudarwanto, T. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylatermasyarakat Kota Surabaya. *JurnalPendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 168.

- Setyawati, N. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna (Studi Kasus Pada Pengguna Fitur Shopee Paylater). *Jurnal Bisnis*, 02(01), 60–72.
- Stifani, V. R. (2023). *MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI SHOPEE (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya)*. 11(3), 313–324.
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kab. Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62.