

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN, RISIKO, DAN PENDAPATAN
TERHADAP MINAT BERBELANJA MENGGUNAKAN PAYLATER
(Studi Kasus pada Mahasiswa PPAK Universitas Tarumanagara)**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: RIEZKA BENING DWIFANY

NIM: 126222105

PROGRAM PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2023

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN, RISIKO, DAN PENDAPATAN
TERHADAP MINAT BERBELANJA MENGGUNAKAN PAYLATER
(Studi Kasus pada Mahasiswa PPAK Universitas Tarumanagara)**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: RIEZKA BENING DWIFANY

NIM: 126222105

**UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
UNTUK KELULUSAN PADA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
PROFESI AKUNTAN**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN PROFESI AKUNTAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH MANFAAT, KEMUDAHAN, RISIKO DAN PENDAPATAN
TERHADAP MINAT BERBELANJA MENGGUNAKAN PAYLATER
(Studi Kasus pada Mahasiswa PPAK Universitas Tarumanagara)**

Laporan Tugas Akhir

Disusun oleh:



Riezka Bening Dwifany

12622105

Disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. Herlin Tundjung Setijaningsih, S.E., M.Si., Ak., CA

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan pengembangan dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan, manfaat, dan pendapatan terhadap minat pengguna untuk berbelanja menggunakan paylater pasca Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dan *purposive sampling* untuk menentukan sampel penelitian. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Profesi Akuntansi Universitas Tarumanagara yang pernah menggunakan fitur shopee paylater pasca Covid-19 dengan total sampel sebesar 80 data yang kemudian datanya diolah dan dianalisis menggunakan *software* SPSS Statistics ver.27. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa persepsi kemudahan (X1) dan persepsi risiko (X3) mempengaruhi minat berbelanja dengan menggunakan paylater (Y), sedangkan persepsi manfaat (X2) dan pendapatan (X4) tidak mempengaruhi minat berbelanja (Y) mahasiswa PPAK Universitas Tarumanagara menggunakan Shopee paylater.

Kata kunci: TAM, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Pendapatan

ABSTRACT

This research is developing model from Technology Acceptance Model (TAM) which aims to determine the influence of perceived ease, benefits, risk, and income on users' interest in shopping using paylater after Covid-19. The method used in this research is quantitative using questionnaires and purposive sampling to determine the research sample. The object of this research is Tarumanagara University Accounting Professional Education students who have used the Shopee paylater post-Covid-19 with a total sample of 80 data then processed and analyzed using SPSS Statistics ver.27. The results of this study state that perceived ease of use (X1) and perceived risk (X3) influence shopping interest using Shopee paylater (Y), while perceived usefulness (X2) and income (X4) do not influence shopping interest of Tarumanagara University PPAK students using Shopee paylater (Y).

Keywords: TAM, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Income

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Program Studi Pendidikan Profesi Akuntan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam melaksanakan penulisan tugas akhir ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses perkuliahan hingga menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, I.P.U., ASEAN Eng selaku Ketua Rektor Universitas Tarumanagara.
3. Dr. Sawidji Widoatmojo, S.E., M.M., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Dr. Jamaludin Iskak, S.E., MSi., Ak, CA, CPA, CPI, ASEAN CPA selaku Ketua Program Studi PPAk FEB Universitas Tarumanagara.
5. Dr. Herlin Tundjung Setijaningsih, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu serta telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman dan sahabat yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.

Selain itu penulis berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dari berbagai kalangan. Penulis juga mengucapkan permohonan maaf jika selama proses penyusunan tugas akhir banyak melakukan kesalahan, baik lisan maupun tulisan, yang dilakukan secara disengaja maupun tidak disengaja.

Jakarta, 8 Desember 2023



Riezka Bening Dwifany

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS	6
2.1 Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	6
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)	6
2.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Perceived Ease of Use</i>)	6
2.1.3 Persepsi Kebermanfaatan (<i>Perceived Usefulness</i>)	7
2.1.4 Persepsi Risiko (<i>Perceived Risk</i>).....	8
2.1.5 Pendapatan (<i>Income</i>)	9
2.1.6 Minat Penggunaan (<i>Behavioral Intention</i>)	10
2.2 Kerangka Konseptual	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	12
3.1 Jenis Penelitian	12
3.2 Populasi dan Sampel.....	12
3.2.1 Populasi	12
3.2.2 Sampel	12
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	13
3.4 Teknik Pengumpulan Data	13
3.5 Variabel Penelitian	14
3.5.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan	14

3.5.2	Persepsi Manfaat	14
3.5.3	Persepsi Risiko	14
3.5.4	Pendapatan.....	15
3.6	Metode Analisis Data	15
3.6.1	Uji Kualitas Data	15
3.6.1.1	Uji Validitas.....	15
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	15
3.6.2	Uji Statistik Deskriptif.....	16
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	16
3.6.3.1	Uji Normalitas	16
3.6.4	Analisis Linier Berganda	16
3.6.5	Pengujian Hipotesis	17
3.6.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R square)	17
3.6.5.2	Uji Signifikansi Parsial (t-test)	17
3.6.5.3	Uji Signifikansi Simultan (F test).....	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		18
4.1	Data Responden.....	18
4.2	Analisis Kualitas Data	18
4.2.1	Uji Validitas.....	18
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	19
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	19
4.4	Uji Normalitas	21
4.5	Analisis Linier Berganda	21
4.6	Pengujian Hipotesis	22
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi (R squared)	22
4.6.2	Uji Signifikansi Parsial (t-test)	22
4.6.3	Uji Signifikansi Simultan (F test).....	23
4.7	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	24
4.7.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Berbelanja Menggunakan Paylater (H ₁)	24
4.7.2	Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Berbelanja Menggunakan Paylater (H ₂)	25
4.7.3	Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Berbelanja Menggunakan Paylater (H ₃)	26
4.7.4	Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Berbelanja Menggunakan Paylater (H ₄)	27

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	29
5.1 Kesimpulan	29
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	30
5.3 Saran.....	30
REFERENSI	31
LAMPIRAN.....	34

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Prosedur Pemilihan Sampel	18
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	19
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	19
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	19
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	21
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	23
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	24
Tabel 4. 8 Hasil Uji Signifikansi Parsial (t test).....	24
Tabel 4. 9 Hasil Uji Signifikansi Simultan (F test).....	24
Tabel 4.10 Kesimpulan Hipotesis	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual	11
---------------------------------------	----

LAMPIRAN

Lampiran 1 List Pertanyaan Kuesioner.....	344
Lampiran 2 Hasil Analisis Data	355

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada periode 2022 sampai 2023 mencapai 215,63 juta individu. Survei tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 2,67% dari periode sebelumnya, mengindikasikan familiaritas masyarakat Indonesia dengan penggunaan internet. Meskipun internet dianggap sebagai fasilitas yang mempermudah kehidupan, kesadaran akan risiko dan kehati-hatian dalam penggunaannya tetap ditekankan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi bagian integral dalam kehidupan manusia yang tak terelakkan. Kemajuan pesat dalam teknologi dalam beberapa tahun terakhir ini bertujuan untuk memberikan manfaat positif pada berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, kemampuan manusia untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi sangatlah penting.

Pandemi COVID-19 menjadi pemicu peralihan dari cara konvensional ke arah digital. Pembatasan aktivitas fisik selama pandemi mendorong perubahan pola perilaku masyarakat, termasuk tren berbelanja online yang semakin meningkat. Databoks mencatat bahwa kunjungan situs Shopee meningkat signifikan menjadi 216 juta kunjungan perbulan selama kuartal III tahun 2023, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap berbelanja online tetap tinggi meskipun situasi pandemi mulai mereda.

Perkembangan ini mendorong para pebisnis untuk terus berinovasi guna tetap bersaing di pasar. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah fitur *paylater*, memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran secara cicilan. Namun, di balik kemudahan ini, pengguna *paylater* akan dikenakan biaya layanan dan bunga. Untuk menarik minat pelanggan, e-commerce sering menawarkan insentif seperti *cashback* atau bunga yang rendah sebagai daya tarik bagi pengguna *paylater*.

Shopee mendominasi penggunaan platform e-commerce daripada platform lain seperti Lazada, Tokopedia, atau Bukalapak. Menurut Databoks (2023), kunjungan ke situs Shopee pada bulan Juni 2023 terus meningkat sebesar 1,5%

sejak awal tahun. Sebaliknya, kunjungan ke situs-situs lain mengalami penurunan pada periode yang sama, dengan Tokopedia turun 17,3% (year-to-date), Lazada turun 22,8% (year-to-date), dan Bukalapak turun 30% (year-to-date).

Fitur "Paylater" yang tersedia di Shopee memungkinkan pengguna untuk berbelanja tanpa harus melakukan pembayaran langsung saat transaksi. Pengguna dapat membeli barang di platform Shopee dan membayar tagihannya dalam jangka waktu tertentu setelah tanggal pembelian. Jumlah pengguna Shopee paylater pada kuartal 1 tahun 2023 mencapai 160 juta, mengungguli pengguna Tokopedia paylater yang berjumlah 110 juta pengguna. Proyeksi ini menunjukkan tren pertumbuhan yang terus meningkat seiring dengan penetrasi internet yang semakin luas, yang diharapkan akan mendukung perkembangan bisnis e-commerce di masa depan.

Layanan paylater menarik bagi mereka yang ingin berbelanja online tanpa harus langsung melakukan pembayaran. Bagi generasi muda yang umumnya sudah terbiasa dengan transaksi digital, paylater memberikan kepraktisan dan kemudahan dalam berbelanja tanpa harus memiliki dana yang cukup saat transaksi dilakukan. Kemahiran dalam menggunakan teknologi digital membuat generasi muda merasa lebih familiar dan nyaman dalam melakukan pembayaran online, menjadikan layanan paylater sebagai alternatif yang lebih sederhana dan mudah diakses bagi mereka.

Putri (2023) menyatakan bahwa mayoritas pengguna paylater berusia antara 20 hingga 30 tahun, yang mencakup sekitar 47,78% dari keseluruhan pengguna paylater di Indonesia. Pembentukan perilaku keuangan yang baik pada mahasiswa tergantung pada pemahaman mereka terhadap keuangan. Pengetahuan keuangan atau literasi keuangan menjadi faktor penting dalam membantu mahasiswa membuat keputusan keuangan yang cerdas, mencegah mereka terjebak dalam pola hidup yang konsumtif. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki mencakup berbagai aspek mulai dari sumber daya keuangan hingga manajemen risiko dari setiap keputusan keuangan. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik, mahasiswa mampu merencanakan keuangan mereka dengan baik, yang akan membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan mahasiswa program studi PPAK Universitas Tarumanagara sebagai subjek penelitian.

Technology Acceptance Model merupakan teori perilaku yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) dan menguraikan bagaimana orang mengadopsi teknologi informasi. Model ini mengemukakan sebuah kerangka kerja yang membahas minat individu dalam menggunakan teknologi informasi, yang didasarkan pada pandangan mereka terhadap tingkat kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*).

Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asja et al. (2021) terkait pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan paylater. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi manfaat dan pendapatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan paylater, sedangkan persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat menggunakan paylater. Penelitian lain yang dilakukan oleh Rossa dan Ashfath (2022), menguji pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, risiko dan keamanan atas perilaku *impulse buying* dari pengguna Shopee Paylater. Penelitian ini menyatakan bahwa kemudahan penggunaan, kepercayaan dan keamanan pada fitur Shopee Paylater dapat menimbulkan perilaku *impulse buying* bagi pengguna Shopee Paylater, dan persepsi risiko memiliki pengaruh negatif. Penelitian ini akan menggunakan faktor persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat terhadap minat berbelanja menggunakan fitur paylater dengan menambahkan faktor lain yaitu persepsi risiko dan pendapatan pada mahasiswa program studi PPAK Universitas Tarumanagara.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan penjabaran atas latar belakang dari penelitian ini, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah persepsi kemudahan dari penggunaan fitur Shopee paylater mempengaruhi minat belanja?
- b. Apakah persepsi manfaat dari penggunaan fitur Shopee paylater mempengaruhi minat belanja?
- c. Apakah persepsi risiko dari penggunaan fitur Shopee paylater mempengaruhi minat belanja?
- d. Apakah pendapatan mempengaruhi minat belanja menggunakan Shopee paylater?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh manfaat, kemudahan, risiko dan pendapatan terhadap minat untuk berbelanja menggunakan Shopee paylater pada mahasiswa Pendidikan Profesi Akuntansi Universitas Tarumanagara.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami alasan di balik minat konsumen dalam menggunakan layanan paylater dapat memberikan wawasan tentang perilaku konsumen. Ini dapat mencakup preferensi pembayaran, kebutuhan akan fleksibilitas pembayaran, pertimbangan keuangan, dan preferensi penggunaan layanan finansial alternatif.
2. Penelitian ini bisa membantu untuk memahami adopsi dan penggunaan layanan keuangan alternatif seperti paylater. Ini dapat membantu penyedia layanan keuangan memahami pasar mereka, membuat perubahan dalam layanan mereka, dan menyesuaikan penawaran mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.
3. Dapat memberikan masukan bagi regulator atau pembuat kebijakan terkait bagaimana layanan keuangan ini harus diatur atau dimonitor untuk melindungi kepentingan konsumen. Dan dapat mengungkapkan preferensi konsumen terkait fitur layanan yang diinginkan, kekhawatiran keamanan, dan kepercayaan terhadap layanan tersebut.

REFERENSI

- Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 1–13.
- Ahdiat, A. (2023, Okt 11). Rata-rata Jumlah Kunjungan ke 5 Situs E-Commerce Terbesar di Indonesia (Kuartal I-Kuartal III 2023). Diakses pada 21 Oktober 2023 dari: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>.
- Aisah, S., Asiyah, S., & Primanto, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA). *e-Jurnal Riset Manajemen*.
- Akhmad. (2014). Ekonomi Mikro (Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha). In P. Chistian (Ed.), *Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha* (Issue September 2014). Penerbit ANDI.
- Arief Wibowo, 2006, Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), Universitas Budi Luhur, Jakarta
- Asja, H., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*. Vol. 2, No. 4
- Davis, F. D. (1989). “Percieved Usefulness, Percieved Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology”, *MIS Quarterly*. Vol. 13, No. 3, hlm.319-339
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 1989, 35(8), 982-1003.
- Dewi, N., & Warmika, I. G. (2016). Peran Persepsi Kemudahan Penggunan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5, No. 4.
- Dewi, F. P. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Produk dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Kota Salatiga dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Dorman, P. (2014). *Macroeconomics*. Springer.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna Pada Aplikasi Ovo. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-15.

- Featherman, MS. Pavlou, PA. (2002). Predicting E-Service Adoption: A Perceived Risk Facets Perspective. Eighth Americas Conference on Information Systems. Hlm 1034-1046
- Ghozali. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS
20. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Black, Babin, & Anderson (2010). Multivariate Data Analysis. Pearson. New York.
- Handoyo, S. E., Parerung, D., & Setijaningsih, H. T. Determining Factors of Fintech Ovo Customer Satisfaction in Jakarta. In 3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (pp. 772-777). Atlantis Press. 2022
- Jati, Jamitko Nugroho., Laksito, Herry (2012), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang), Diponegoro Journal of Accounting, Vol. 1, No. 2, hlm. 1-15
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. Jurnal Manajemen, 8(2), 27–39
- Jogiyanto, H. M. (2008). Sistem Informasi Keperilakuan (Edisi Revisi). In Andi Offset, Yogyakarta (Ed I). Penerbit ANDI.
- Mentari, A. C., & Bendesa, I. K. G. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan uang elektronik di Kota Denpasar, Provinsi Bali. E-Jurnal EP Unud, 7(4), 646–676.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with The Technology Acceptance Model. International Journal of Electronic Commerce. Vol. 7, No. 3. Hlm. 69-103.
- Purnamasari, R. D., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan brand image terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran paylater. *Jurnal Manajemen*, 13 (3), 420-430.
- Putri, Novina (2023, 10 September). Anak Muda Terjerat Pay Later Makin Marak, Ini Data Terbaru. CNBC Indonesia. Diakses pada 21 Oktober 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230910143130-37-471096/anak-muda-terjerat-pay-later-makin-marak-ini-data-terbaru>.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. E-Jurnal Akuntansi, 27, 927.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Semarang). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

- Richard, B., & Irene, H. (2000). *The Personal Distribution of Income in an International Perspective* (Ed. 1). Springer.
- Rossa, A., Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Prosiding SNAM PNJ* (2022).
- Saputra, H., Susanti, E. (2002). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater Usia Produktif Kota Surabaya). *SEIKO: Journal of Management & Business*. Vol 4. Issue 3 (2022)
- Satryani, D. T. (2017). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk dan Infrastruktur Terhadap Minat Masyarakat di Yogyakarta Menggunakan Uang Elektronik (E-Money). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sukirno, S. (2016). *Makroekonomi (Teori Pengantar)* (Edisi 3). Rajawali Pers
- Susana, R., Lukman, H. Measurement of Acceptance of Online Attendance System with Technology Acceptance Model Approach: Case in Directorate General of Christian Community, Ministry of Religious Affairs of The Republic Inconesia. *Internartional Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)*. Vol. 1, Issue 2. 2023
- Taherdoost, H. (2018). A Review of Technology Acceptance and Adoption Model and Theories. *Procedia Manufacturing*, 22, 960–967.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456.
- Witami, D. A. D., & Suartana, I. W. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Blockchain. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(2), 1346.
- Yahyapour, Nima. 2008. *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran*, Thesis, Lulea University of Technology Division of Industrial Marketing and Ecommerce.