

PENGARUH *PERCEIVED SECURITY, SOCIAL INFLUENCE, PERCEIVED EASE OF USE, DAN PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *INTENTION TO USE PAY LATER* DI INDONESIA

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Departmen Manajemen Universitas Negeri Padang*



Oleh:

FEBRISA PUTRI DESWARI

NIM: 18059183

DEPARTEMEN MANAJEMEN DUAL DEGREE

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED SECURITY, SOCIAL INFLUENCE, PERCEIVED EASE OF USE*
DAN *PERCEIVED USEFULNESS*
TERHADAP *INTENTION TO USE PAY LATER* DI INDONESIA

NAMA : Febrisa Putri Deswari

NIM/TM : 18059183/2018

JURUSAN : MANAJEMEN DUAL DEGREE

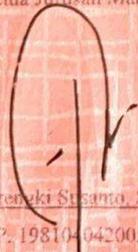
KEAHLIAN : PEMASARAN

FAKULTAS : EKONOMI

Padang, Agustus 2022

Disetujui Oleh :

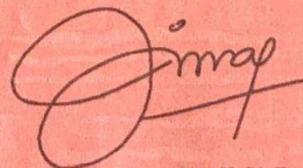
Ketua Jurusan Manajemen



Pereski Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D.
NIP. 198104042005011002

Mengetahui,

Pembimbing,



Dina Patrisia, SE, M.Si, AK, Ph.D
NIP. 197512091999032001

HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Padang

PENGARUH *PERCEIVED SECURITY, SOCIAL INFLUENCE, PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *INTENTION TO USE PAY LATER* DI INDONESIA

NAMA : Febrisa Putri Deswari

NIM/TM : 18059183/2018

JURUSAN : MANAJEMEN DUAL DEGREE

KEAHLIAN : PEMASARAN

FAKULTAS : EKONOMI

Padang, Agustus 2022

Tim Penguji

1. Dina Patrisia, SE, M.Si, AK, Ph.D (Ketua)

2. Rahmiati, SE, M.Sc. (Penguji)

3. Whyosi Septrizola SE, MM. (Penguji)

Tanda Tangan



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

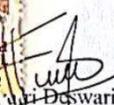
Nama : Febrisa Putri Deswari
NIM/Tahun Masuk : 18059183/2018
Tempat/Tgl. Lahir : Padang/06 Februari 2000
Program Studi : Manajemen Dual Degree
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : JL. Gajah Mada No.54 Siteba-Padang
No. HP/Telp : 082283691294
Judul Skripsi : Pengaruh Perceived Security, Social Influence, Perceived Ease of Use, dan Perceived Usefulness Terhadap Intention to Use Pay Later di Indonesia.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana), baik di UNP maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 29 Agustus 2022
Saya yang Menyatakan



Febrisa Putri Deswari
18059183/2018

ABSTRAK

Febrisa Putri Deswari : Pengaruh *Perceived Security, Social Influence, Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use Pay Later* Di Indonesia (2018/18069183)
Dosen Pembimbing : Dina Patrisia, SE, M.Si. AK, Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Perceived Ease Of Use*. (2) Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use*. (3) Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use* melalui *Perceived Ease of Use* sebagai variabel mediasi. (4) Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Perceived Usefulness*. (5) Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use*. (6) Pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use* melalui *Perceived Usefulness* sebagai variabel mediasi. (7) Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness*. (8) Pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use*. (9) Pengaruh *Social Influence* terhadap *Perceived Usefulness*.

Populasi dalam Penelitian ini adalah orang yang belum pernah menggunakan *Pay Late*. Jumlah sampel pada Penelitian ini sebanyak 210 responden. Data dalam Penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran online kuesioner dan pengolahan data dilakukan dengan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan software SmartPLS.

Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Perceived Security* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Ease Of Use*. (2) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use*. (3) *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* melalui *Perceived Ease of Use* sebagai variabel mediasi. (4) *Perceived Security* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. (5) *Perceived Usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use*. (6) *Perceived Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* melalui *Perceived Usefulness* sebagai variabel mediasi. (7) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*. (8) *Social Influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *Intention to Use*. (9) *Social Influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *Perceived Usefulness*.

Kata kunci: *Intention to Use, Perceived Security, Social Influence, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness.*

ABSTRACT

Febrisa Putri Deswari : Pengaruh *Perceived Security, Social Influence, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Intention to Use Pay Later Di Indonesia*
(2018/18069183)
Dosen Pembimbing : Dina Patrisia, SE, M.Si. AK, Ph.D

This study aims to determine: (1) the effect of Perceived Security on Perceived Ease of Use. (2) The Effect of Perceived Ease of Use on Intention to Use. (3) The effect of Perceived Security on Intention to Use through Perceived Ease of Use as a mediating variable. (4) The Influence of Perceived Security on Perceived Usefulness. (5) The Effect of Perceived Usefulness on Intention to Use. (6) The effect of Perceived Security on Intention to Use through Perceived Usefulness as a mediating variable. (7) Effect of Perceived Ease of Use on Perceived Usefulness. (8) The Effect of Social Influence on Intention to Use. (9) The Effect of Social Influence on Perceived Usefulness.

The population in this study are people who have never used Pay Late. The number of samples in this study were 210 respondents. The data in this study were collected through the distribution of online questionnaires and data processing was carried out using SmartPLS software.

The results of this study indicate that: (1) Perceived Security has a significant positive effect on Perceived Ease of Use. (2) Perceived Ease of Use has a significant positive effect on Intention to Use. (3) Perceived Security has a positive and significant effect on Intention to Use through Perceived Ease of Use as a mediating variable. (4) Perceived Security has a significant positive effect on Perceived Usefulness. (5) Perceived Usefulness has a significant positive effect on Intention to Use. (6) Perceived Security has a positive and significant effect on Intention to Use through Perceived Usefulness as a mediating variable. (7) Perceived Ease of Use has a significant positive effect on Perceived Usefulness. (8) Social Influence has a significant positive effect on Intention to Use. (9) Social Influence has a significant positive effect on Perceived Usefulness.

Keyword: Intention to Use, Perceived Security, Social Influence, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness.

KATA PENGANTAR



Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **"Pengaruh *Perceived Security, Social Influence, Perceived Ease of Use* Dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use Pay Later* Di Indonesia"**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si. AK, Ph.D selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku penguji I sekaligus Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Whyosi Septrizola, SE, MM. selaku penguji II yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Idris M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

5. Ibu Yuki Fitria, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
6. Bapak Supan Weri Mandar, A.Md. selaku staf administrasi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang selalu sabar menghadapi dan membantu penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang serta kepada karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi.
8. Bapak dan Ibu Staf Perpustakaan Universitas Negeri Padang dan Ruang Baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua tercinta Papa, Mama, Kakak yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moril dan material serta kasih sayang yang tak terhingga dan tak ternilai harganya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman tersayang yaitu Fadira, Nurul, Dyah, Fadila, Aurel, Tasya yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan untuk penulis.
11. Teman-teman Dual Degree Angkatan 2018 yang selalu memberikan keceriaan selama masa perkuliahan.

Semoga semua yang telah dilakukan menjadi amal ibadah dan diberi balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT dan peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. Peneliti menyadari skripsi ini masih belum sempurna. Peneliti mengharapkan saran dan kritikan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Padang, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKIPSI	
HALAMAN PERSETUJUAN LULUS UJIAN SKRIPSI	
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GRAFIK	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	15
A. Kajian Teori	15
1. <i>Intention to Use Pay Later</i>	15
2. <i>Perceived Security</i>	17
3. <i>Social Influence</i>	18
4. <i>Perceived Ease of Use</i>	20
5. <i>Perceived Usefulness</i>	21
B. Pengaruh Antar Variabel	23
C. Penelitian Terdahulu	32
D. Kerangka Konseptual	35
E. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39

A. Jenis Penelitian	39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel	39
D. Jenis dan Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	42
G. Instrumen Penelitian	45
H. Metode Analisis	45
I. Partial Least Square (PLS)	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	53
1. Sejarah Perkembangan <i>Pay Later</i>	53
2. Cara Kerja <i>Pay Later</i>	54
3. Keuntungan Menggunakan Fitur <i>Pay Later</i>	56
B. Hasil Penelitian	57
1. Deskripsi Karakteristik Responden	57
2. Deskripsi Frekuensi Indikator	60
C. Analisis Data	64
Uji Validitas Reliabilitas	64
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reliabilitas	68
3. Pengujian Model Structural	68
4. Uji Hipotesis	70
D. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR GRAFIK DAN GAMBAR

Grafik 1. Metode Pembayaran Digital Dalam Satu Tahun Terakhir	2
Grafik 2. Layanan Pay Later paling banyak digunakan 2021	5
Gambar 1. Kerangka Konseptual	37
Gambar 2. Model Akhir Output PLS	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Layanan Pay Later di e-commerce Populer Indonesia	4
Tabel 2. Sistem Keamanan Yang diberikan Pay Later	6
Tabel 3. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4. Bobot Penilaian Untuk Setiap Variabel Yang digunakan Dalam Penelitian	45
Tabel 5. Kriteria Penilaian PLS Menurut Menurut Haryono (2015)	47
Tabel 6. Evaluasi Model Pengukuran Reflesif	48
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Ketertarikan Menggunakan <i>Pay Later</i>	
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Pay Later</i> yang Ingin digunakan	59
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Intention to Use</i>	60
Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Security</i>	61
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Social Influence</i>	62
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	62
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	63
Tabel 16. Validitas dan Reliabilitas	64
Tabel 17. <i>Cross Loading Model</i>	67
Tabel 18. Nilai <i>R Square</i>	69
Tabel 19. Nilai <i>Q Square</i>	70
Tabel 20. Path Coefficient dan Indirect <i>Effect</i>	71
Tabel 21. Kesimpulan Uji Hipotesis	71

BAB I

PENDAHULUAN

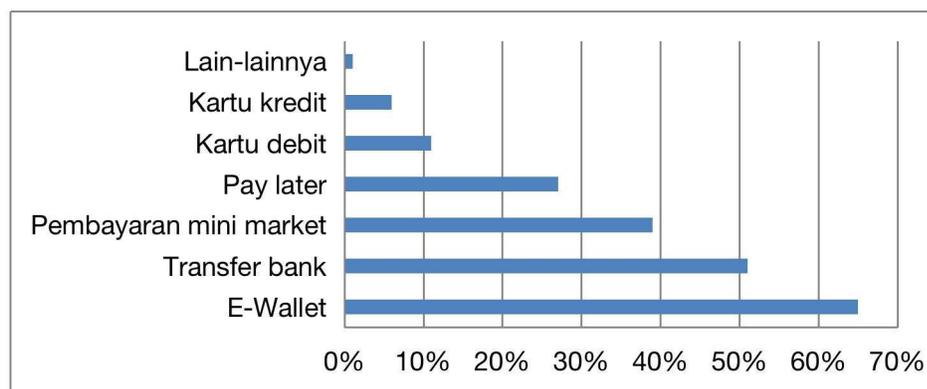
A. Latar Belakang Masalah

Jauh sebelum mengenal uang, masyarakat Indonesia melakukan transaksi dengan sistem barter. Sistem barter merupakan sistem dimana transaksi dilakukan dengan menukarkan barang dengan barang. Sistem barter ini sudah ada sejak puluhan ribu tahun yang lalu dan bertahan sampai awal manusia modern. Sistem ini juga memiliki kekurangan yaitu terkadang sulit untuk mencapai kesepakatan antara dua belah pihak. Kemudian sistem barter ini digantikan dengan *commodity currency*, sistem ini masih menggunakan barang namun barang yang digunakan sudah dijadikan media pertukaran dan juga standar nilai yang digunakan dalam pertukaran oleh masyarakat.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia dan dirasa tidak efisiennya penggunaan sistem barter dan uang komoditas, maka dikembangkan alat tukar yang lebih efisien dan terukur yaitu uang. Uang pertama yang muncul adalah uang kartal, uang kartal sendiri terbagi menjadi uang logam dan uang kertas. Uang kartal ini dikenal dengan nama uang tunai. Namun sejalan dengan perkembangan ekonomi dan teknologi banyak inovasi yang mulai bermunculan dan memudahkan aktifitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya adalah dikembangkan alat pembayaran non tunai yang lebih praktis dan efisien.

Pada saat ini, sebagian besar masyarakat Indonesia bergantung pada pembayaran online. Pemerintah dan Bank Indonesia telah menggalakkan kampanye *cashless society* atau gerakan transaksi nontunai sejak tahun 2013. Fenomena pembelian non tunai saat ini juga menunjukkan tren yang semakin baik dalam pertumbuhan pembayaran online di Indonesia.

Meningkatnya jumlah penggunaan pembayaran elektronik disebabkan oleh transaksi online yang dilakukan pengguna. Salah satunya adalah transaksi pada platform e-commerce. Faktor yang mempengaruhi penggunaan uang elektronik pada e-commerce karena adanya beberapa keuntungan yang ditawarkan. Beberapa keuntungan yang diberikan adalah diskon, *cashback*, dan gratis ongkir. Hal ini membuat pengguna uang elektronik tertarik melakukan transaksi menggunakan uang elektronik. Untuk memperluas pasar platform e-commerce menyediakan sistem pembayaran yang baru, yaitu *Pay Later*. Berikut ini adalah grafik yang menggambarkan pembayaran digital.



Grafik 1. Metode Pembayaran Digital dalam Satu Tahun Terakhir (2020)

Sumber: DailySocial.id, tahun 2020

Pada Grafik 1 dapat dilihat jenis metode pembayaran yang sering digunakan oleh pengguna *e-commerce* pada tahun 2020. Riset yang dilakukan Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC), selama setahun terakhir bahwa 27% dari 3560 responden menggunakan opsi pembayaran *Pay Later* saat bertransaksi di platform *e-commerce*.

Pay Later merupakan sistem pembayaran yang cara kerjanya sama dengan kartu kredit, pengguna dapat melakukan transaksi terlebih dahulu dan membayarnya kemudian sesuai dengan jangka waktu yang ditawarkan oleh setiap platform. Menurut Aripin et al., (2019) *Pay Later* juga memiliki keunggulan dalam registrasi dan verifikasi yang mudah.

Menurut The Guardian (2018), Metode pembayaran *Pay Later* sering “menggoda” kaum milenial dengan kendala keuangan yang tidak menggunakan kartu kredit karena persyaratannya yang sulit untuk dipenuhi. Selanjutnya sistem pembayaran *Pay Later* menarik orang-orang yang kesulitan memperoleh kartu kredit karena penolakan atau kesulitan keuangan di bank. Beberapa kelebihan yang dapat dirasakan saat menggunakan *Pay Later* dibandingkan dengan kredit konvensional antara lain: Proses pendaftaran yang mudah. Hanya dengan melakukan scan kartu identitas, melengkapi data, dan mengunggah foto untuk kemudian dilakukan pengecekan oleh pihak penyedia layanan *Pay later*. Waktu yang dibutuhkan tidak lebih dari 60 menit. Hal ini sangat cepat jika dibandingkan dengan kartukreditkonvensional.

Kelebihan selanjutnya adalah limit kredit yang ditawarkan oleh Pay Later akan disesuaikan dengan pembayaran sebelumnya. Rentan kredit yang diberikan mulai dari ratusan ribu sampai puluhan juta. Kelebihan yang terakhir adalah bunga yang didapatkan oleh pengguna *Pay Later* lebih kecil dibandingkan dengan kartu kredit konvensional.

Di Indonesia, penyedia layanan *Pay Later* sangat berkembang. Penerapan *Pay Later* banyak muncul diberbagai aplikasi seperti pembelian tiket, dompet digital dan paling banyak digunakan di platform *e-commerce* atau *online marketplace*. Sepanjang kuartal kedua tahun 2020, ditemukan 7 layanan *Pay Later* yang paling populer dan sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, sebagai berikut:

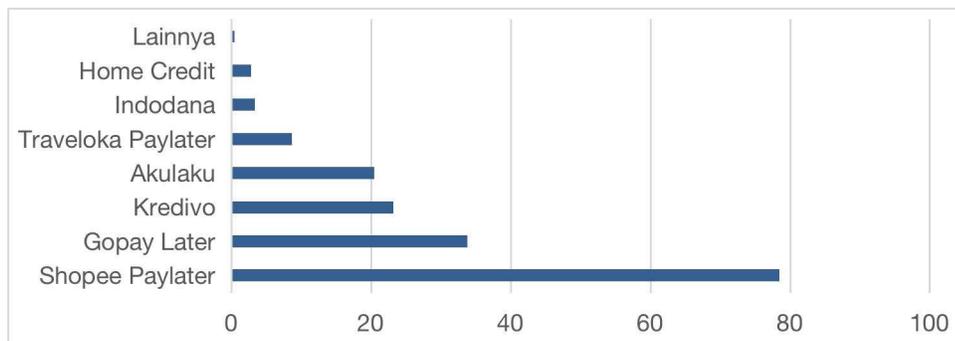
Tabel 1. Layanan Pay Later di E-Commerce Populer Indonesia (2020)

Layanan Paylater	Platform e-commerce
Kredivo	Bukalapak, Lazada, Tokopedia, Blibli, Elevenia, JD.id, Ralali, iLotte, Jakmall, Bhinneka, Matahari.com, Fabelio, dan Sociolla
Akulaku	Bukalapak, Blibli, JD.id, Alfacart
Home Credit	Tokopedia, Bukalapak, Blibli, dan Bhinneka
Kreditmu	Elevenia, JD.id, dan Bhinneka
Indodana	Blibli dan Elevenia
Shopee Paylater	Shopee
Atome	JD.id

Sumber: DailySocial.id, tahun 2020

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa terdapat 7 penyedia layanan *Pay Later* yaitu Kredivo, Akulaku, Home Credit, Kreditmu, Indodana, Shopee Paylater, dan Atome. Penyedia layanan *Pay Later* melakukan kerja sama dengan platform *e-commerce*. Hal ini semakin memudahkan pengguna dan membuat pengguna

memiliki banyak pilihan untuk memilih layanan *Pay Later*. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh DailySocial Fintech Report 2021 melibatkan 1.500 responden, ada beberapa layanan *Pay Later* sepanjang 2021. Hal tersebut dapat dilihat pada Grafik 2 di bawah ini:



Grafik 2. Layanan Pay Later Paling Banyak Digunakan Tahun 2021

Sumber: DailySocial.id, 23 Desember 2021

Berdasarkan Grafik 2 di atas dapat dilihat bahwa layanan *Pay Later* yang paling banyak digunakan adalah Shopee Paylater dengan persentase sebesar 78,4%. Diikuti oleh GoPay Later dan Kredivo sebesar 33,8% dan 23,2%. Selanjutnya layanan Akulaku 20,4%, Traveloka Paylater 8,6%, Indodana dan Home Credit 3,3% dan 2,8%, sisanya 0,4% pengguna menggunakan fitur *Pay Later* lainnya.

Semakin pesatnya perkembangan layanan *Pay Later* di Indonesia membuat niat penggunaan layanan ini juga semakin meningkat. Terbukti dalam survey yang dilakukan oleh Kredivo bersama dengan Katadata Insight Center meluncurkan hasil riset terbaru tentang tren *Pay Later*. Salah satu temuannya adalah adanya peningkatan penggunaan *Pay Later* dari 28% menjadi 38% secara

tahunan. Hal ini disebabkan oleh faktor kemudahan yang didapatkan pengguna, seperti: fleksibilitas pembayaran, durasi proses persetujuan, hingga pengalaman bertransaksi. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa niat penggunaan Pay Later di Indonesia dalam 2 tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan. Masyarakat telah banyak yang beralih menggunakan pembayaran *Pay Later*.

Menurut A. P. Utami dan Syahrul Effendi, (2020) Faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan layanan *Pay Later* adalah *Perceived Security*. Selanjutnya menurut Flavián dan Guinalú, (2006), Sistem pembayaran harus mempunyai keamanan yang baik karena itu akan membuat pengguna tidak perlu khawatir data pribadinya akan dimanipulasi, disimpan, ataupun dilihat pihak lain. Menurut Eid, (2011) bahwa *Pay Later* aman saat melakukan transaksi di *e-commerce*. Sistem layanan *Pay Later* di Indonesia berada di bawah pengawasan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dan semua transaksi yang dilakukan sudah tercatat di Bank Indonesia. Adapun sistem keamanan yang diberikan oleh beberapa layanan *Pay Later*, diantaranya:

Tabel 2. Sistem Keamanan yang Diberikan Pay Later

Paylater	Transaksi	Sistem Keamanan
Akulaku	Aplikasi	SMS OTP
Atome	Situs rekanan <i>e-commerce</i> , Aplikasi	SMS OTP
Home Credit	Aplikasi	SMS OTP
Indodana	Aplikasi	SMS OTP
Kreditmu	Situs rekanan <i>e-commerce</i>	SMS OTP dan PIN
Kredivo	Aplikasi	SMS OTP, PIN, Pertanyaan Keamanan

Shopee PayLater Aplikasi PIN, Sidik Jari
Sumber: DailySocial, Tahun 2020

Dapat dilihat pada Tabel 2 bahwa sistem keamanan yang diberikan layanan *Pay Later* sudah beragam, seperti: SMS OTP, PIN, Pertanyaan keamanan, dan juga Sidik Jari. Banyaknya jenis sistem keamanan yang digunakan oleh Pay Later membuat *Perceived Security* memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan *Pay Later*. Adapun beberapa Penelitian yang meneliti tentang pengaruh *Perceived Security* terhadap niat penggunaan, diantaranya Alshurideh et al., (2021); Chawla dan Joshi, (2019); Trinh et al., (2020); A. P. Utami dan Syahrul Effendi, (2020).

Faktor selanjutnya yang juga mempengaruhi niat pengguna menurut Nguyen dan Cassidy, (2018) adalah *Social Influence*. Menurut Delre et al., (2010) *Social Influence* merupakan faktor yang mempengaruhi emosi seseorang dengan cara menggambarkan, mengajari dan membujuk dari orang-orang sekitar, seperti: keluarga, teman dan lingkungan kerja. Faktor *Social Influence* ini juga berpengaruh besar terhadap niat seseorang untuk menggunakan teknologi baru. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Al-Sabaawi et al., (2021) menyatakan bahwa *Social Influence* memiliki pengaruh yang signifikan dengan niat untuk menerima dan menggunakan sistem pembayaran elektronik. Selanjutnya menurut Fauziah dan Ashfiasari, (2021) *Social Influence* mempunyai pengaruh yang besar terhadap niat dalam menggunakan *mobile payment system*.

Kemudian, Menurut Putri dan Iriani, (2020), Niat penggunaan *Pay Later* juga dipengaruhi oleh *Perceived Ease of Use*. Pengguna cenderung lebih menyukai sesuatu yang mudah dan tidak perlu usaha yang besar untuk menggunakannya (Davis, 1989). *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat penggunaan layanan *Pay Later* (Chawla dan Joshi, 2019). Teori Technology Acceptance Model (TAM) dalam Yusoff et al., (2009) yang menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh penting untuk menentukan keputusan seseorang menggunakan teknologi baru. Penulis lain yang juga meneliti pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap niat penggunaan metode pembayaran yang mempunyai sistem yang sama seperti *Pay Later* (Nguyen dan Cassidy, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Iriani, (2020) juga menyatakan bahwa *Perceived Ease of Use* merupakan faktor penting untuk mempengaruhi niat penggunaan layanan *Pay Later* di Indonesia. Oleh karena itu penting untuk meneliti pengaruh faktor *Perceived Ease of Use* terhadap niat seseorang untuk menggunakan layanan *Pay Later*.

Faktor yang terakhir dan juga tidak kalah penting menurut A. P. Utami dan Syahrul Effendi, (2020) adalah *Perceived Usefulness*. *Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai pandangan seseorang terhadap banyaknya kegunaan dari teknologi baru dan penggunaan teknologi baru akan meningkatkan kinerjanya (Davis, 1989). Faktor ini juga menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM). Leong et al., (2021) menyatakan bahwa jika pengguna merasa bahwa metode pembayaran itu memiliki banyak manfaat, maka niat mereka untuk

menggunakannya semakin tinggi. Penelitian yang juga meneliti *Perceived Usefulness* sebagai penentu penerimaan sistem pembayaran (Rahaman et al., 2021) dan Penelitian ini mengumpulkan 300 responden yang valid dari berbagai latar belakang pendidikan yang berbeda di beberapa universitas di Bangladesh.

Penelitian ini menggunakan teori TAM sebagai teori dasar dalam penelitian ini. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah salah satu model untuk menganalisis aspek-aspek yang mempengaruhi akseptabilitas suatu sistem atau sistem informasi (TI). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan pengadaptasian dari model Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) , yang merupakan teori tindakan beralasan yang didasarkan pada gagasan bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu menentukan sikap dan perilakunya. Model TAM merupakan model yang efektif dan diterima secara luas untuk meramalkan adopsi teknologi baru dan juga salah satu kontribusi teoretis yang paling penting untuk penerimaan dan penggunaan sistem informasi hingga saat ini. Model TAM dikembangkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. Kemudian model ini diperbaharui oleh beberapa penulis, diantaranya adalah Adam et al. (1992) Szajna (1994), Igbaria et al. (1995) dan Venkatesh dan dikembangkan kembali oleh Davis pada tahun 2000.

TAM mendefinisikan pengaruh sebab-akibat antara kepercayaan sistem informasi seperti manfaat dan kemudahan penggunaan, perilaku, kebutuhan, dan pengguna sistem. Dalam TAM, dua variabel utama mempengaruhi penerimaan

pengguna sistem informasi yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* (Venkatesh; Viaswanath dan Davis; Fred D., 2000).

Penelitian ini meneliti tentang fenomena yang sedang berkembang di masyarakat Indonesia, *Pay Later* yang berkembang pesat sejak 2018 dan bisa dikatakan sebagai teknologi baru yang perkembangannya terlihat signifikan dalam dua tahun belakangan ini. Terdapat beberapa penelitian yang membahas pengaruh *Intention to Use* di antaranya yaitu Alshurideh et al., (2021); Leong et al., (2021); Putri dan Iriani, (2020); Trinh et al., (2020) tetapi hanya sedikit Penelitian sebelumnya yang meneliti tentang penggunaan *Pay Later* dengan menggunakan pengaruh variabel yang akan diteliti oleh penulis sebagai penentu niat seseorang. Pengaruh variabel endogen, eksogen dan mediasi yang diangkat dapat menambah pengetahuan tentang niat penggunaan *Pay Later*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang akan menjelaskan pengaruh tiap variabel sehingga Penelitian ini mungkin bisa dianggap valid untuk digunakan sebagai rujukan Penelitian dimasa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan fenomena *Pay Later* yang sedang berkembang sekarang, maka diperlukan Penelitian lebih lanjut tentang: **“Pengaruh *Perceived Security, Social Influence, Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use Pay Later* di Indonesia.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada, yaitu:

1. Banyaknya jenis layanan *Pay Later* yang sedang berkembang di Indonesia.
2. Banyaknya isu miring terkait keamanan, seperti penipuan dan penyalahgunaan fitur yang berkembang di masyarakat Indonesia tentang *Pay Later*.
3. Lingkungan sekitar masih banyak belum mengetahui tentang *Pay Later*
4. Kurangnya pengetahuan tentang kemudahan yang diberikan *Pay Later*.
5. Kurangnya pengetahuan tentang manfaat yang ditawarkan *Pay Later*.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan dan identifikasi masalah maka Penelitian ini difokuskan pada fenomena *Pay Later* dan faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan *Pay Later* di Indonesia. Faktor-faktor tersebut dibatasi pada *Perceived Security*, *Social Influence*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada batasan masalah yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Perceived Ease of Use*?

2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use Pay Later*?
3. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Intention to Use Pay Later* melalui *Perceived Ease of Use* sebagai variabel mediasi?
4. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*?
5. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to Use Pay Later*?
6. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap *Intention to Use Pay Later* melalui *Perceived Usefulness* sebagai variabel mediasi?
7. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*?
8. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Intention to Use Pay Later*?
9. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness*?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas , maka tujuan yang ingin dicapai dalam Penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Perceived Ease of Use*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use Pay Later*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use Pay Later* melalui *Perceived Ease of Use* sebagai variabel mediasi.

4. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Perceived Usefulness*.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use Pay Later*.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Security* terhadap *Intention to Use Pay Later* melalui *Perceived Usefulness* sebagai variabel mediasi.
7. Untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness Pay Later*.
8. Untuk menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Intention to Use Pay Later*.
9. Untuk menganalisis pengaruh *Social Influence* terhadap *Perceived Usefulness Pay Later*.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas maka manfaat Penelitian ini untuk berbagai pihak adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan pengetahuan tentang manfaat yang dimiliki oleh layanan *Pay Later*, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam penggunaan. Penelitian ini akan menambahkan pengetahuan penulis ke depannya lebih dalam tentang pengaruh penerimaan sistem pembayaran yang baru. Penelitian ini belum sempurna dan diharapkan penulis selanjutnya

untuk mempelajari dan meneliti lebih dalam lagi berkaitan dengan sistem pembayaran baru seperti *Pay Later*.

2. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian yang dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan dan menyempurnakan fitur *Pay Later* dan juga menambah pengetahuan perusahaan sehingga kedepannya perusahaan penyedia layanan *Pay Later* dapat menemukan keunggulan kompetitifnya.

3. Manfaat untuk penulis sendiri

Penelitian ini sangat bermanfaat dan sangat berguna bagi penulis untuk mendapatkan gelar SE, BBA dari departemen Manajemen Universitas Negeri Padang selama 4 tahun ini.