

**ANALISIS ADOPTION OF SHOPEE PAYLATER
PADA MAHASISWA DIKOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana pada
Jurusan Manajemen Universitas Negeri Padang



Oleh:

MUHAMMAD AL FUROAN

NIM: 20059266

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2022

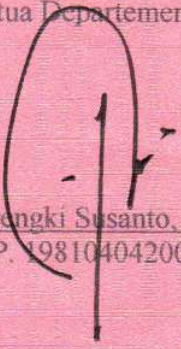
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS ADOPTION OF SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA
DI KOTA PADANG**

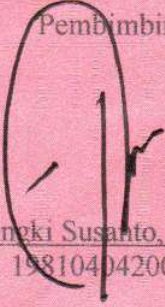
Nama : Muhammad Al Furqan
NIM/TM : 20059266/2020
Departemen : Manajemen
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2022.

Disetujui Oleh :
Ketua Departemen Manajemen


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

Mengetahui,
Pembimbing


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

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

**ANALISIS ADOPTION OF SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA
DI KOTA PADANG**

Nama : Muhammad Al Furqan
NIM/TM : 20059266/2020
Departemen : Manajemen
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2022

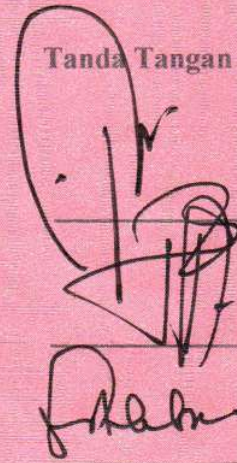
Tim Penguji

Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D (Pembimbing)

Rahmiati, SE, M.Sc (Penguji)

Gesit Thambrani, SE, MT (Penguji)

Tanda Tangan

The image shows two handwritten signatures in black ink. The top signature is large and stylized, with a prominent loop at the top. The bottom signature is smaller and more compact. Both signatures are written over horizontal lines that serve as guides for the placement of the signatures.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Al Furqan
NIM/ TM : 20059266/ 2020
Tempat/ Tgl. Lahir : Padang/ 20 Februari 1998
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl Gajah V, Air Tawar Barat Kota Padang
Judul Skripsi : Analisis *Adoption Of Shopee Paylater* Pada Mahasiswa Di Kota Padang

Dengan ini saya menyatakan menyatakan bahwa:

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah (diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lainnya).
2. Karya tulis (skripsi) ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis (skripsi) ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya tulis (skripsi) yang lazim.
4. Karya tulis (skripsi) ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini. Maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya secara aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2022

nyatakan,



Muhammad Al Furqan

NIM. 20059266

ABSTRAK

Muhammad Al Furqan : ***Analisis Adoption Of Shopee Paylater Pada Mahasiswa Di Kota Padang***

Pembimbing : **Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh *performance expectancy* terhadap *adoption of Shopee Paylater* pada mahasiswa di kota Padang. (2) pengaruh *facilitating condition* terhadap *adoption of Shopee Paylater* pada siswa di kota Padang. (3) pengaruh *social influence* terhadap *adoption of Shopee Paylater* pada pelajar di kota Padang. (4) pengaruh *innovativeness* terhadap *adoption of Shopee Paylater* pada mahasiswa di kota Padang. (5) pengaruh *perceived technology security* terhadap *adoption of Shopee Paylater* pada mahasiswa di kota Padang. (6) pengaruh *hedonic motivation* terhadap *adoption of Shopee Paylater* pada siswa di kota Padang. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah siswa yang mengetahui atau sudah menggunakan pengguna pembayaran mobile Shopee Paylater dan sampel yang digunakan adalah siswa yang mengetahui atau sudah menggunakan Pengguna pembayaran mobile Shopee Paylater di kota Padang. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 275 total responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dan pengolahan data menggunakan software PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. (1) Ekspektasi kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *adoption of paylater*. (2) Kondisi yang memfasilitasi berdampak negatif terhadap *adoption of paylater*. (3) Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *adoption of paylater*. (4) Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *adoption of paylater*. (5) Perceived technology security berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *adoption of paylater*. Dan (6) Motivasi hedonis berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *adoption of paylater*.

Kata Kunci: *adoption of paylater, performance expectancy, facilitating condition, social influence, innovativeness, perceived technology security, hedonic motivation*

ABSTRACT

Muhammad Al Furqan : **The Analysis Adoption of *Shopee Paylater* Amongs College Students in Padang city**
Supervisor : **Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D**

This study aims to analyze (1) the effect of performance expectancy on adoption of Shopee Paylater on student in the city of Padang. (2) the effect of facilitating condition on adoption of Shopee Paylater on student in the city of Padang. (3) the effect of social influence on adoption of Shopee Paylater on student in the city of Padang. (4) the effect of innovativeness on adoption of Shopee Paylater on student in the city of Padang. (5) the effect of perceived technology security on adoption of Shopee Paylater on student in the city of Padang. (6) the effect of hedonic motivation on adoption of Shopee Paylater on student in the city of Padang. The population used in the study were students that know or already used Shopee Paylater mobile payment users and the sample used was students that know or already used Shopee Paylater mobile payment users in the city of Padang. The number of samples in this study was 275 total respondents. Data was collected through online questionnaires and data processing using PLS (Partial Least Square) software. The results of this study indicate that. (1) Performance expectancy has positive and significant impact towards adoption of paylater. (2) Facilitating condition has negative impact towards adoption of paylater. (3) Social influence has positive and significant impact towards adoption of paylater. (4) Innovativeness has positive and significant impact towards adoption of paylater. (5) Perceived technology security has positive and not significant impact towards adoption of paylater. And (6) Hedonic motivation has positive and not significant impact towards adoption of paylater.

Keywords : adoption of paylater, performance expectancy, facilitating condition, social influence, innovativeness, perceived technology security, hedonic motivation

KATA PENGANTAR



Syukur alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya dan tak lupa untuk junjungan besar Nabi Muhammad SAW sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “*Analisis Adoption Of Shopee Paylater Pada Mahasiswa Di Kota Padang*”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D selaku pembimbing skripsi dan ketua jurusan manajemen yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan bagi penulis
3. Ibu Yuki Fitria, SE, M.M selaku sekretaris jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Negeri Padang
4. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku dosen penelaah 1 yang telah memberikan kritik dan saran bagi penulis
5. Bapak Gesit Thabrani, SE, MT selaku dosen penelaah 2 yang telah memberikan kritik dan saran bagi penulis
6. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Manajemen (S1) serta karyawan yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.

7. Staf Administrasi Program Studi Fakultas Ekonomis, yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.
 8. Karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis kuliah di Universitas Negeri Padang.
 9. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan yang terbaik dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
 10. Kakak dan adik tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
 11. Rekan-rekan seangkatan lainnya terutama angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
 12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.
Semoga amal dan kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini dicatat di sisi Allah SWT dan diganti dengan pahala.
- Sebagai penutup, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna pengembangan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. <i>Adoption of paylater</i>	14
2. <i>Performance expectancy</i>	18
3. <i>Facilitating condition</i>	19
4. <i>Social influence</i>	20
5. <i>Innovativeness</i>	22
6. <i>Perceived technology security</i>	23
7. <i>Hedonic motivation</i>	26
B. Pengaruh Antar Variabel	28
1. <i>Performance expectancy terhadap adoption of paylater</i>	28
2. <i>Facilitating condition terhadap adoption of paylater</i>	28
3. <i>Social influence terhadap adoption of paylater</i>	29
4. <i>Innovativeness terhadap adoption of paylater</i>	30
5. <i>Perceived technology security terhadap adoption of paylater</i>	30

6. <i>Hedonic motivation terhadap adoption of paylater</i>	31
C. Penelitian Terdahulu	32
D. Kerangka Konseptual	34
E. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Desain Penelitian	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	38
D. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	40
E. Subjek dan Objek Penelitian	43
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Instrument Penelitian	45
H. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Objek Penelitian.	54
B. Hasil Penelitian	56
C. Analisa Data	65
D. Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran	91
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 2 Defenisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3 Skala <i>Likert</i>	44
Tabel 4 Kriteria Interpretasi Skor	48
Tabel 5 Kriteria Penilaian <i>PLS</i>	49
Tabel 6 Evaluasi Pengukuran Reflektif.....	50
Tabel 7 Analisis <i>Outer Model</i>	52
Tabel 8 Jumlah Responden	56
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia	57
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	58
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan	58
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan	56
Tabel 14 Deskripsi Frekuensi Indikator <i>Adoption of Paylater</i>	60
Tabel 15 Deskripsi Frekuensi Indikator <i>Performance Expectancy</i>	62
Tabel 16 Deskripsi Frekuensi Indikator <i>Facilitating Condition</i>	63
Tabel 17 Deskripsi Frekuensi Indikator <i>Social Influence</i>	64
Tabel 18 Deskripsi Frekuensi Indikator <i>Innovativeness</i>	65
Tabel 19 Deskripsi Frekuensi Indikator <i>Perceived Technology Security</i>	66
Tabel 20 Deskripsi Frekuensi Indikator <i>Hedonic Motivation</i>	67
Tabel 21 <i>Outer Loading</i>	69
Tabel 22 <i>Average Varians Extracted</i>	70
Tabel 23 <i>Cross Loading Values</i>	71
Tabel 24 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	72
Tabel 25 Uji Reliabilitas	73
Tabel 26 <i>R square</i>	74
Tabel 27 <i>Q square</i>	75
Tabel 28 <i>Goodness of Fit</i>	76
Tabel 29 <i>Path Analysis</i>	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Profil <i>Fintech</i> Indonesia	2
Gambar 2 Layanan <i>Paylater</i> Paling Sering digunakan di Indonesia	3
Gambar 3 <i>Peta Persaingan E-Commerce</i>	4
Gambar 4 Tokopedia kuasai takhta <i>e-commerce</i>	4
Gambar 5 Viral Wanita curhat tagihan <i>paylater</i> membludak hingga 17 Juta ..	8
Gambar 6 Indonesia <i>paylater ecosystem</i>	8
Gambar 7 Ungahan mengenai penggunaan <i>Shopee Paylater</i>	9
Gambar 8 Kerangka Konseptual	36
Gambar 9 <i>Outer Loading</i>	70

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan masif teknologi modern telah mengubah aspek aktifitas manusia secara menyeluruh. Seiring dengan berjalannya teknologi yang berkembang pesat kehidupan masyarakat saat ini menginginkan pergerakan yang cepat, efektif, dan efisien. Perkembangan teknologi juga dipengaruhi gaya hidup penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari (Laudon and Laudon, 2014). Penerapan, penerimaan, dan penggunaan oleh individu terhadap Teknologi Informasi (TI) dan Sistem Informasi (SI), sebagai bagian dari bidang rekayasa perangkat lunak dari komputer, telah diakui sejak tahun 1970-an, karena sebagai syarat untuk pemanfaatan dan realisasi ekonomi (Momani and Jamous, 2017). Pemanfaatan perkembangan teknologi ini juga mempengaruhi perkembangan ekonomi, salah satu produk dari teknologi modern adalah *fintech (financial payment)*.

Fintech merupakan integrasi antara financial (keuangan) dan technology (teknologi), yang pada dasarnya mengarah pada perusahaan yang menyediakan produk berupa layanan keuangan dengan bantuan teknologi (Kantox-FX), berdasarkan artikel yang di publikasikan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) terdapat 5 jenis fintech yang sedang berkembang di Indonesia yakni Crowdfunding, Microfinancing, P2P Lending Service, Market Comparison, dan

Digital Payment System, secara rinci perkembangan fintech di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1:



Gambar 1. Profil Fintech di Indonesia
Sumber : sis.binus.ac.id 2019

Berdasarkan gambar 1, dapat disimpulkan sector pembayaran (digital payment system) mengambil peranan sebesar 42.22% dalam profil fintech di Indonesia dengan kata lain sektor digital payment system merupakan salah satu fintech yang berkembang pesat di Indonesia, untuk digital payment system sendiri terdapat 5 jenis pembayaran secara resmi di sahkan oleh Bank Indonesia (BI) yakni, m-banking, internet banking, sms banking, e-money/e-wallet, dan paylater.

Perkembangan digital payment di Indonesia beriringan dengan perkembangan e-commerce, seperti Shopee, Tokopedia, JD.ID, Lazada, dan masih banyak e-commerce lainnya, bahkan tiap-tiap e-commerce menciptakan metode digital payment-nya sendiri, seperti Shopee dengan Shopeepay dan Shopee Paylater, Go-Jek dengan Go-Jek Coins dan GoPayLater, berserta Traveloka dengan Traveloka Paylater, dan juga beberapa platforme-commerce

yang menggunakan 1 digital payment berbasis e-credit seperti Kredivo, Akulaku, Home Credit, dan lainnya, berikut layanan Paylater/e-credit paling sering digunakan di Indonesia pada Gambar 2:



Gambar 2. Layanan Paylater Paling Sering Digunakan di Indonesia
Sumber : *goodnewsfromindonesia.id* 2021

Berdasarkan gambar 2, *Shopee Paylater* merupakan layanan *paylater* yang paling banyak digunakan di Indonesia, yakni 78,4% responden yang di kumpulkan oleh *Dailysocial.id* dikarenakan agresifnya promo-promo yang diluncurkan oleh *Shopee* terhadap pengguna *Shopee Paylater*, hasil riset ini juga ditunjang oleh 2 riset yang dilakukan oleh *iprice.com* dalam artikel *katadata.com*

yaitu *Peta Persaingan E-Commerce Indonesia* dan artikel *goodnewsfromindonesia.id* pada di gambar 3 & 4:



Gambar 3 & 4. Peta Persaingan E-Commerce Indonesia & Tokopedia Kuasai Takhta E-Commerce Indonesia

Sumber : katadatagoodnewsfromindonesia.id 2021

Berdasarkan gambar 3 dan 4 bisa dilihat bahwa Shopee merupakan e-commerce terbanyak no.2 yang paling digunakan di Indonesia, hasil riset ini menjelaskan kenapa Shopee Paylater merupakan layanan Paylater yang paling banyak digunakan di Indonesia, mengingat Tokopedia pada posisi pertama menggunakan layanan paylater perusahaan berbeda seperti OVO paylater dan

semenjak merger Tokopedia dengan Go-Jek pada tahun 2022, menambah fitur GoPayLater sebagai layanan paylater pada Tokopedia.

Dibalik kesuksesan Shopee dalam menjadikan Shopee Paylater sebagai layanan Paylater yang paling banyak digunakan di Indonesia, terdapat faktor-faktor yang mendukung kesuksesan tersebut, diantaranya adalah bagaimana strategi Shopee dalam mengadopsikan Shopee Paylater kepada pengguna, Adoption of Paylater didefinisikan sebagai kemampuan pengguna dalam mengadopsi teknologi berdasarkan informasi dan pengetahuan yang didapatkan berdasarkan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pengadopsian paylater (Ozturk *et al.*, 2016) . (Igwe *et al.*, 2020), menjabarkan kondisi-kondisi yang harus dipenuhi dalam pengadopsian paylater.

Faktor pertama dalam pengadopsian yakni performance expectancy, mengacu pada tingkat harapan konsumen terhadap performa teknologi tersebut, Orang-orang lebih mungkin untuk mengadopsi teknologi baru ketika mereka percaya bahwa itu akan membantu mereka untuk membentuk pekerjaan mereka (Chua *et al.*, 2018), seperti paylater lainnya, Shopee Paylater memberikan kemudahan bagi pengguna untuk dapat membeli produk di e-commerce Shopee, dengan metode membayar pada tempo 1 bulan setelah pembelian, dengan suku bunga tertentu. Namun berdasarkan artikel yang dipublikasikan oleh *mediakonsumen.com* terdapat beberapa permasalahan seperti pembatasan dan kurangnya tanggapan pihak *Shopee* terhadap keluhan user yang dapat dilihat pada *website* berikut <https://mediakonsumen.com/tag/shopee-paylater>

Selanjutnya *facilitating condition* juga dapat mempengaruhi pengadaptasian non-tunai yang mengacu pada persepsi individu tentang ketersediaan sumber daya teknologi yang dapat membantu dalam menggunakan sistem informasi. konseptualisasi berdasarkan konstruk ini, mungkin dapat mengukur penerimaan konsumen terhadap pembayaran tanpa uang tunai (Vankatesh, 2003). Kondisi yang menyediakan ketersediaan informasi sistem, konsumen tentang sistem informasi eksternal, keterampilan, internal dan dukungan untuk menggunakan sistem informasi semuanya terkait dengan inovasi, namun meskipun paylater merupakan layanan e-credit yang telah memiliki lisensi dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan) dan BI (Bank Indonesia), namun terdapat masalah lain yaitu dengan mayoritas masyarakat Indonesia yang memeluk agama Islam, yang melarang praktik suku bunga menjadikan Shopee Paylater masih belum sepenuhnya didukung oleh institusi keagamaan di Indonesia seperti MUI (Majelis Ulama Indonesia) pada DSN-MUI no.117/DSN-MUI/II/2018, yang menyatakan segala jenis transaksi yang mengandung hal-hal yang dilarang oleh Agama dianggap haram.

Faktor ke-tiga *social influence* mengacu pada bagaimana seorang individu mengubah perilakunya untuk memahami lingkungan sosial dan sebagai akibatnya, bagaimana orang yang memandang diri mereka sendiri relatif terhadap pengaruh dan orang lain dan masyarakat (Rahman, Ismail and Bahri, 2020b) . Dilaporkan dari artikel medcom.id tingkat penggunaan cashless payment seperti *e-money*, *e-wallet*, *e-credit* dan lain-lain, meningkat sebesar 44% pada masa pandemi *COVID-19* hal ini merupakan contoh dari pengaruh

lingkungan sosial. Tetapi masih ada beberapa influencer dari berbagai media sosial yang melaporkan kendala *Shopee Paylater* , seperti tagihan terlalu tinggi, beserta berkurangnya saldo *Shopeepay* yang digunakan untuk *Shopee Paylater*, seperti yang dilaporkan oleh *influencer Tik Tok @Laura Siburian*, pada unggahan *TikTok* nya.

Faktor ke-empat *Inovativeness* yang mengacu pada proses adopsi produk baru . Sistem pembayaran tanpa uang tunai adalah mode baru inovasi teknologi, dengan demikian, inovasi dapat mencerminkan adopsi pembayaran tanpa uang tunai dalam transaksi keuangan mereka (Manning, Bearden and Madden, 1995). *Shopee Paylater* merupakan salah satu inovasi yang diluncurkan oleh *Shopee* sebagai metode pembayaran selain *Shopeepay* ataupun pembayaran tunai, alih-alih membayar diawal pembelian, pengguna dapat membayar diakhir bulan berdasarkan H1 tempo pembelian produk.

Perceived technology security yang dirasakan penting dalam organisasi yang menggunakan komputer atau teknologi. Keamanan teknologi berhubungan dengan loop dalam sistem keamanan dan menemukan solusi yang memadai untuk mengatasi risiko pendeteksian teknologi atau peretasan data konsumen (Andreu, 2020). *Perceived technology security* proses yang dirancang untuk melindungi informasi informasi, seperti yang diketahui berdasarkan salah satu unggahan akun Tik-Tok yakni tagihan *Shopee Paylater* mencapai Rp.17 Juta meskipun transaksi dengan *Shopee Paylater* hanya Rp. 450.000 seperti gambar 5.



Gambar 5. Viral Wanita Curhat Tagihan *Shopee Paylater* Mencapat Rp.17 Juta

Sumber : Liputan 6

Dan terakhir *hedonic motivation* menggambarkan nilai pengalaman berbelanja yang meliputi fantasi, sensor, rangsangan, kegembiraan, kesenangan. Menurut (David L. Loudon, 1993) perspektif hedonis adalah perspektif dimana konsumen lebih sering mencari produk atau jasa untuk memperoleh pengalaman konsumsi, yang melibatkan emosional dan menghasilkan rasa senang dalam dirinya sendiri. Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh promo-promo *Shopee Paylater* yang terbilang agresif dan metode penaikan limit credit yang unik dari *Shopee Paylater* menjadi daya tarik hedonisme bagi beberapa pengguna, namun dengan suku bunga 2.98% masih menjadikan *Shopee Paylater* merupakan salah satu *paylater* dengan suku bunga tertinggi, berikut merupakan limit credit *Shopee Paylater* pada gambar 6:

Paylater Provider	Credit Range	Interest Range	Loan Term
akulaku	Rp1,000,000 to Rp20,000,000	3% to 4%	1, 2, 3, 6, 9, and 12 months
atome	Rp1,000,000 to Rp8,000,000	3.33% (fixed)	3 and 6 months
gopaylater	Rp500,000 to Rp1,000,000	2.5% to 5%	30 days
HOME CREDIT	Rp1,000,000 to Rp10,000,000	2.99% to 4%	3, 6, 9, and 12 months
indodana	Rp1,000,000 to Rp25,000,000	2% to 4%	1, 3, 6, and 12 months
JULO	Rp500,000 to Rp8,000,000	3% to 6%	2 and 6 months
kreditmu	Rp1,250,000 to Rp20,000,000	Start from 1.5%	3, 6, and 12 months
Kredivo	Rp1,000,000 to Rp30,000,000	0% (fixed for 30 days) 2.6% (fixed)	1, 3, 6, and 12 months
SPayLater	Rp750,000 to Rp1,800,000	2.95% (fixed)	1, 2, 3, and 6 months
PayLater	Max. Rp50,000,000	2.14% to 5%	1 to 12 months
VOSPAY	Rp100,000 to Rp20,000,000	1.5% to 2%	1, 3, 6, 9, and 12 months

Gambar 6. Indonesia Paylater Ecosystem Report 2021

Sumber : DSInnovation



Gambar 7. Unggahan mengenai penggunaan Shopee Paylater
Sumber :TikTok.

Gambar 7, menjelaskan bahwa salah satu pengguna *Shopee Paylater* yang mengunggah keluhannya di media sosial *TikTok* tentang tingginya bunga *paylater* pada *Shopee Paylater*, dimana tagihan pengguna mencapai Rp.13 juta.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi maka, diperlukan penelitian lebih lanjut, sehingga menghasilkan judul. “**Analisis adoption of Shopee Paylater Pada Mahasiswa di Kota Padang**”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka teridentifikasi masalah sebagai berikut.

1. Terdapatnya isu masalah keamanan transaksi pada Shopee Paylater.
2. Terdapatnya kendala-kendala yang di laporkan oleh influencer media sosial pada Shopee Paylater.
3. Meskipun dalam kondisi Pandemi masih banyak orang-orang berbelanja dengan cash ketimbang menggunakan digital payment seperti paylater dikarenakan literasi tentang paylater yang masih rendah.
4. ShopeePay memiliki fitur Paylater secara harafiah merupakan bentuk kredit dari ShopeePay namun masih belum sepenuhnya diterima masyarakat karena beberapa alasan.
5. Adanya beberapa keluhan mengenai peforma *Shopee Paylater* seperti pemblokiran, ataupun lamanya tanggapan pihak *Shopee Paylater*.
6. Tingginya bunga *Shopee Paylater* dibandingkan bunga *paylater* menimbulkan rasa menyenangkan dan nyaman.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini menjadi terukur dan terarah, maka diperlukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah mencari pengaruh analisis adoption of Shopee Paylater Pada Mahasiswa di Kota Padang. Dengan menggunakan 6 variabel X yaitu *performance expectancy, facilitating condition, social influence, innovativeness, perceived technology security, dan hedonic motivation*. Beserta 1 variabel Y yaitu *adoption of Shopee Paylater*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Sejauhmanakah *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang?
2. Sejauhmanakah *facilitating condition* berpengaruh positif terhadap penerapan *Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang?
3. Sejauhmanakah *social influence* berpengaruh positif terhadap penerapan *Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang?
4. Sejauhmanakah *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang?
5. Sejauhmanakah *perceived technology security* berpengaruh positif terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang?
6. Sejauhmanakah *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap penerapan *Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan menguji pangaruh *performance expectancy* terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang
2. Menganalisis dan menguji pangaruh *facilitating condition* terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang
3. Menganalisis dan menguji pangaruh *social influence* terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang

4. Menganalisis dan menguji pangaruh *innovativeness* terhadap adoption *Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang
5. Menganalisis dan menguji pangaruh *perceived technology security* terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang
6. Menganalisis dan menguji pangaruh *hedonic motivation* terhadap *adoption Shopee Paylater* Mahasiswa di Kota Padang

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memperkaya wawasan dan referensi mengenai analisis pengaruh *performance expectancy*, *facilitating condition*, *social influence*, *innovativeness*, *perceived technology security*, dan *hedonic motivation* terhadap *adoption of Shopee Paylater*. Selain itu juga diharapkan dapat bermanfaat bagi *Shopee* Indonesia untuk dapat meningkatkan kualitas fitur *Shopee Paylater*.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi *Shopee* Indonesia.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan agar fitur *m-payment ShopeePay* dapat mempertahankan optimasi penggunaan perangkat guna meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan pengalaman penggunaan agar memenuhi harapan pengguna agar terciptanya loyalitas merk *Shopee Paylater*.

2. Bagi Penulis

Diharapkan menjadi tambahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya mengenai pengaruh Analisa pengaruh *performance expectancy, facilitating condition, social influence, innovativeness, perceived technology security, dan hedonic motivation* terhadap *adoption of Shopee Paylater*.

3. Bagi Pembaca

Dapat memberikan referensi dan tambahan informasi untuk peneliti selanjutnya dan juga dapat memberi masukan tentang cara suatu perangkat dapat memberi kemudahan dalam penggunaan fitur-fitur yang tersedia dan dapat menjadi elemen persuasif agar munculnya pengguna baru beserta dapat mempertahankan pengguna lama.