

Menilai Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Adopsi Layanan Paylater: Perspektif Pengguna Shopee Paylater di Jakarta

Reynhold Alward Andreas Lesilolo¹⁾, Agung Stefanus Kembau^{2)*}, dan Fricilla Elsyabeth Malae³⁾

¹²³⁾Program Studi Bisnis Digital, Universitas Bunda Mulia

Diajukan 17 Juli 2024/ Disetujui 30 Juli 2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater sebagai metode pembayaran alternatif cicilan di aplikasi Shopee oleh masyarakat DKI Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif, yang bertujuan untuk melihat hubungan sebab-akibat dan menguji hipotesis. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarluaskan menggunakan Google Form kepada sampel yang dipilih berdasarkan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, manfaat dan kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater, sedangkan kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Namun, secara simultan, manfaat, kepercayaan, dan kemudahan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater di DKI Jakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor manfaat dan kepercayaan memainkan peran penting dalam mendorong masyarakat untuk menggunakan Shopee Paylater, sementara kemudahan perlu diperhatikan sebagai faktor pendukung.

Kata Kunci: Paylater, Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan Penggunaan, Shopee Paylater

*Korespondensi Penulis:

E-mail: akembau@bundamulia.ac.id

Abstract

This study aims to measure the influence of benefits, trust, and ease of use on the decision to use Shopee Paylater as an alternative installment payment method on the Shopee application by the people of DKI Jakarta. The research method used is explanatory quantitative, aiming to observe cause-and-effect relationships and test hypotheses. Data was collected through an online questionnaire distributed via Google Forms to a sample selected using purposive sampling, with a total of 100 respondents. The data obtained were processed using IBM SPSS Statistics 25. The results show that partially, benefits and trust have a significant positive influence on the decision to use Shopee Paylater, while ease of use does not have a significant influence. However, simultaneously, benefits, trust, and ease of use together have a significant positive influence on the decision to use Shopee Paylater in DKI Jakarta. These findings indicate that benefits and trust play crucial roles in encouraging people to use Shopee Paylater, while ease of use should be considered as a supporting factor.

Keywords: Paylater, Advantage, Trust, Ease of Use, Decision to Use, Shopee Paylater

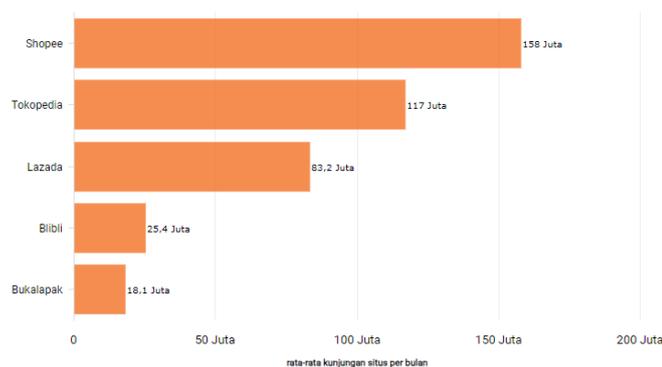
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah merevolusi banyak aspek kehidupan, menjadikan berbagai hal lebih mudah dan efisien. Salah satu sektor yang sangat diuntungkan oleh kemajuan teknologi ini adalah belanja dan pembayaran. Sejak 2017, Financial Technology atau *fintech* telah mendominasi pembiayaan startup di Indonesia, menjadi penggerak utama ekonomi digital di tanah air (Asja, Susanti, & Fauzi, 2021). Teknologi Keuangan, yang merupakan hasil integrasi antara teknologi dan layanan keuangan, telah mengubah model bisnis konvensional menjadi lebih inovatif dan adaptif (Dewi, 2022). Dalam dunia yang semakin terhubung, *fintech* hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang mendambakan kecepatan, keamanan, dan kemudahan dalam transaksi keuangan.

Fintech telah berkembang pesat dengan berbagai inovasi, salah satunya adalah metode pembayaran. Paylater, dalam era transformasi digital kemudahan seolah menjadi "new currency". Metode Paylater memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara real-time melalui ponsel dan membayar tagihan pada bulan berikutnya dengan fitur cicilan yang fleksibel (Putri & Iriani, 2020). Inovasi ini menjadi semakin relevan dan dibutuhkan, terutama sejak pandemi Covid-19 yang mengubah pola konsumsi masyarakat (Kurniawan, Bhatara, Anwar, & Johan, 2021). Dengan Paylater, *fintech* tidak hanya menawarkan kemudahan, tetapi juga menjadi solusi keuangan yang adaptif terhadap dinamika kebutuhan masyarakat, menjadikan teknologi keuangan sebagai pilar penting dalam strategi bisnis digital di era modern.

Salah satu *E-commerce* atau *platform* belanja digital yang menerapkan metode *Paylater* adalah Shopee dengan Shopee Paylater. Menurut laporan keuangan terbaru Shopee, pada kuartal keempat tahun 2021, Shopee mencatatkan total 1,3 miliar transaksi dan 136,4 juta pengguna aktif bulanan di seluruh wilayah operasinya, termasuk Asia Tenggara dan Taiwan (Rahmaniar, et al., 2023). Pada Quartal ke-2 tahun 2022, menurut Iprice (2022) jumlah pengunjung Shopee menduduki nomer dua terbanyak di Indonesia dengan jumlah 131,296,667 pengunjung (Tardan, 2022). Sementara untuk layanan *Shopee Paylater*, Shopee bekerja sama dengan PT Lentera Dana Nusantara (LDN), sebuah perusahaan *peer-to-peer lending*. Pengguna aplikasi Shopee dapat menggunakan SPayLater, solusi kartu kredit dan keuangan tanpa jaminan (LDN, 2021). Menurut DSRResearch (2020), 54,3% masyarakat Indonesia menggunakan SPayLater, diikuti oleh GoPay PayLater (50,5%), OVO PayLater (28,9%), dan seterusnya.

Gambar 1 – Progresivitas Pengunjung Situs Shopee



Sumber: Databoks (Kuartal I tahun 2023)

Banyaknya jumlah pengguna fitur *Shopee Paylater* ini tentu saja tidak terlepas dari pengaruh manfaat yang diberikan, kepercayaan dari pengguna dan kemudahan yang diberikan oleh aplikasi tersebut (Asja, Susanti, & Fauzi, 2021). Menurut penelitian yang dilaksanakan oleh Asja, et. al (2021) membuktikan bahwa persepsi pengguna terhadap manfaat yang diberikan oleh aplikasi tersebut berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan fitur *paylater* tersebut. Sehingga akhirnya, penelitian ini berfokus pada pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana manfaat, kepercayaan, dan kemudahan mempengaruhi keputusan penggunaan Shopee Paylater oleh pengguna Shopee di DKI Jakarta, terutama dalam konteks meningkatnya risiko kasus hutang. Dengan semakin banyaknya pengguna yang memanfaatkan Shopee Paylater, penting untuk mengevaluasi apakah faktor-faktor tersebut benar-benar berperan signifikan dalam mendorong keputusan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur pengaruh masing-masing faktor, guna memberikan panduan yang lebih jelas bagi pengembangan strategi layanan dan kebijakan yang dapat mengurangi risiko hutang sekaligus meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pengguna.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Tinjauan literatur yang dilakukan menunjukkan bahwa variable Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan secara signifikan mempengaruhi Keputusan Penggunaan layanan keuangan digital seperti Shopee Paylater. Manfaat, yang mencakup kemudahan transaksi, promosi menarik, dan fleksibilitas pembayaran, menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk memanfaatkan layanan ini (Davis, 1989). Kepercayaan adalah faktor penting lainnya, di mana keyakinan pengguna terhadap keamanan, privasi, dan keandalan layanan mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan Shopee Paylater (Gefen et al., 2003). Kemudahan penggunaan, yang mencakup antarmuka yang intuitif dan proses yang sederhana, juga berperan penting dalam membentuk persepsi positif pengguna dan mendorong adopsi layanan (Venkatesh et al., 2003). Studi-studi tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa ketiga variabel ini tidak hanya berpengaruh secara individu tetapi juga secara kolektif membentuk keputusan pengguna dalam menggunakan layanan pembayaran cicilan digital.

Manfaat

Persepsi individu terhadap manfaat menentukan seberapa kuat keyakinan mereka terhadap kemampuan suatu teknologi dalam meningkatkan kinerja penggunaannya (Krempel & Beyerer, 2014). Manfaat yang dirasakan oleh pengguna, seperti kemudahan akses, efisiensi waktu, dan fleksibilitas transaksi, menjadi faktor utama yang mendorong adopsi teknologi finansial ini (Singh et al, 2020). Kemudahan akses memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat oleh jam operasional atau lokasi fisik. Efisiensi waktu tercapai melalui proses yang lebih cepat dibandingkan layanan keuangan tradisional, mengurangi waktu tunggu dan mempercepat penyelesaian transaksi. Fleksibilitas transaksi mencakup berbagai pilihan pembayaran dan pinjaman yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu, memberikan pengguna kontrol lebih besar atas keuangan mereka (Pazarbasioglu, et al, 2020). Studi menunjukkan bahwa manfaat-manfaat ini secara signifikan meningkatkan daya tarik layanan fintech dan mempengaruhi keputusan pengguna untuk beralih dari metode keuangan konvensional ke teknologi finansial yang lebih modern dan efisien (Venkatesh et al., 2003).

H1 : Terdapat pengaruh manfaat terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta

Kepercayaan

Menurut Mowen dan Minor dalam Shita (2013), disampaikan bahwa *trust* atau rasa percaya pengguna melingkupi berbagai aspek pengetahuan pengguna serta semua kesimpulan konsumen mengenai produk, fitur, dan manfaat. Agar hubungan berjalan dengan baik, kepercayaan akan menjadi penting. Kepercayaan konsumen yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka dan membuat mereka lebih mungkin untuk memilih merek atau perusahaan tertentu daripada yang lain (Sawlani, 2021). Kepercayaan memainkan peran krusial dalam keputusan penggunaan layanan fintech. Menurut Gefen et al. (2003), kepercayaan pengguna terhadap keamanan, privasi, dan keandalan layanan fintech secara signifikan mempengaruhi adopsi teknologi ini. Keamanan mencakup perlindungan data pribadi dan finansial pengguna dari ancaman siber, sementara privasi

berfokus pada kemampuan layanan untuk menjaga kerahasiaan informasi pengguna. Keandalan mencerminkan konsistensi dan stabilitas layanan dalam menjalankan fungsinya tanpa gangguan. Ketika pengguna merasa yakin bahwa layanan fintech dapat melindungi data mereka dan beroperasi dengan andal, mereka lebih cenderung untuk menggunakan dan terus menggunakan layanan tersebut (Stewart, & Jürjens, 2018). Kepercayaan ini membangun fondasi yang kuat bagi hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan fintech, serta mendorong pengguna untuk merekomendasikan layanan ini kepada orang lain, memperluas basis pengguna secara keseluruhan (Ryu, 2018). Studi-studi menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan pengguna secara langsung berkorelasi dengan peningkatan adopsi dan kepuasan dalam penggunaan layanan fintech

H2 : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta

Kemudahan

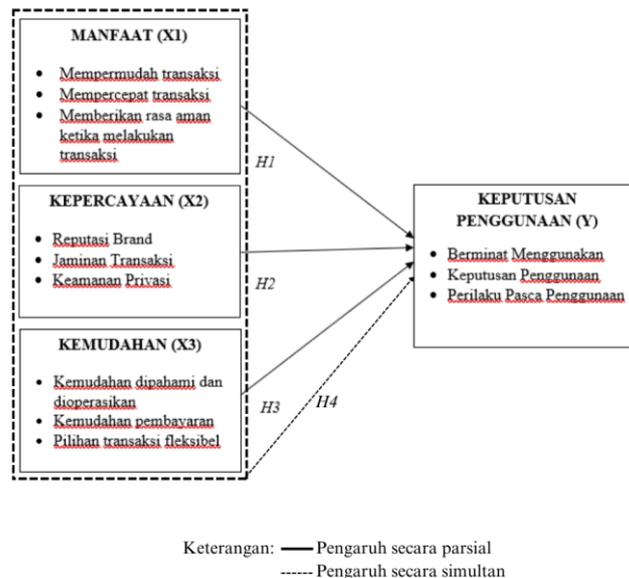
Berdasarkan dari Ramkumar et al., (2019), agar rasa mudah dari penggunaan suatu fitur merangsang minat dan perilaku subjek yang akan mengaplikasikan fitur tersebut, maka persepsi terkait kemudahan menggunakan dapat mengacu pada rasa yakin tentang penggunaan teknologi yang dirasa mudah. Dalam era digital, fitur seperti checkout satu kali klik, metode pembayaran yang aman, dan pengiriman dalam waktu 24 jam juga dapat meningkatkan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi online (Rumondang, Sudirman, Effendy, Simarmata, & Agustin, 2019). Kemudahan menjadi faktor yang penting, karena dalam zaman yang serba cepat ini, penggunaan suatu fitur yang kurang mudah atau *inconvenient* akan membuat pengguna menjadi ragu dan tidak menggunakan fitur tersebut (Blackburn, 2011). Dalam penelitian ini kemudahan diukur melalui seberapa mudah fitur dipahami dan dioperasikan, kemudahan dalam pembayaran, serta pilihan transaksi yang fleksibel.

H3 : Terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta

Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan

Menurut Ambarwati (2019), dengan variable manfaat, kepercayaan, dan kemudahan mempunyai peran yang signifikan dalam keputusan penggunaan secara simultan. Hal ini dikarenakan ketiga hal tersebut sudah sering dibahas sebelumnya dan terbukti memiliki pengaruh. Dalam penelitian ini kemudian akan dibuktikan apakah dengan kasus Shopee Paylater masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terkait dengan variabel terikat. Manfaat, kepercayaan, dan kemudahan merupakan variabel-variabel yang memainkan peran signifikan dalam keputusan penggunaan layanan fintech secara simultan. Manfaat, yang mencakup kemudahan transaksi, promosi menarik, dan fleksibilitas pembayaran, memberikan nilai tambah langsung kepada pengguna, meningkatkan daya tarik layanan fintech. Kepercayaan terhadap keamanan, privasi, dan keandalan layanan fintech membangun fondasi yang kuat, di mana pengguna merasa yakin bahwa data mereka terlindungi dan layanan dapat diandalkan. Kemudahan penggunaan, dengan antarmuka yang intuitif dan proses yang sederhana, mengurangi hambatan bagi pengguna untuk mengadopsi teknologi ini. Ketiga variabel ini, ketika digabungkan, membentuk kerangka yang saling melengkapi dan memperkuat keputusan pengguna untuk memilih dan terus menggunakan layanan fintech, menunjukkan bahwa keberhasilan adopsi fintech sangat bergantung pada kombinasi manfaat, kepercayaan, dan kemudahan yang dirasakan oleh pengguna (Venkatesh et al., 2003)..

H4 : Terdapat pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta



Gambar 2 - Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir yang menunjukkan bahwa Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan secara signifikan mempengaruhi Keputusan Penggunaan Shopee Paylater oleh pengguna di DKI Jakarta. Manfaat mengacu pada keuntungan yang dirasakan pengguna, seperti kemudahan transaksi dan promosi menarik. Kepercayaan mencakup keyakinan pengguna terhadap keamanan dan keandalan Shopee Paylater. Kemudahan meliputi kenyamanan dan kepraktisan dalam menggunakan layanan ini. Hubungan sebab-akibat antar variabel ini diuji melalui analisis data yang menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut berperan penting dalam membentuk keputusan pengguna untuk terus menggunakan Shopee Paylater, sehingga pemahaman tentang faktor-faktor ini dapat membantu meningkatkan layanan dan strategi pemasaran Shopee Paylater.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2019:194), data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti, seperti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung seperti website resmi, buku, dan artikel jurnal. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan lewat media sosial, dengan responden sebanyak 100 orang sesuai perhitungan sampel rumus Cochran. Pengumpulan data dilakukan dari 18 Mei hingga 28 Mei 2023. Penelitian ini bersifat kuantitatif eksplanatif, bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel. Sugiyono dalam Islamiati et al. (2019) menyatakan bahwa penelitian eksplanatif menggunakan survei untuk menguji hipotesis dan menjelaskan kedudukan serta hubungan antar variabel yang diteliti. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner online melalui Google Form kepada responden. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai data diri responden, seperti nama atau inisial, jenis kelamin, domisili, umur, pekerjaan, pendapatan per-bulan, dan frekuensi penggunaan Shopee Paylater per-bulan. Partisipan adalah warga DKI Jakarta yang pernah atau sedang menggunakan Shopee Paylater. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee Paylater di DKI Jakarta. Karena populasi pengguna Shopee Paylater tidak diketahui secara pasti, digunakan non-probability sampling dan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017: 85), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau ketentuan tertentu. Kriteria sampel adalah:

- Responden pernah atau sedang menggunakan Shopee Paylater
- Responden berusia minimal 17 tahun
- Responden berdomisili di Jakarta

Adapun analisis data menggunakan SPSS meliputi Uji Validitas untuk mengevaluasi ketepatan setiap item dalam kuisioner terhadap variabel yang diukur, serta Uji Reliabilitas untuk memastikan konsistensi alat ukur. Uji Hipotesis dilakukan dengan Analisis Koefisien Determinasi (R-squared), Uji F, dan Uji T untuk menilai hubungan antara persepsi kemudahan, keamanan, dan manfaat dengan minat penggunaan dompet digital di Indonesia secara statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografis Responden

Dari 100 responden, Perempuan menjadi responden yang mendominasi sebesar 56 orang sedangkan laki-laki sebesar 44 orang. Domisili responden berfokus pada daerah Jakarta yang memiliki 5 kota/kabupaten dengan kota yang mendominasi yaitu Jakarta Barat sebanyak 30 orang dilanjutkan dengan Jakarta Pusat sebanyak 20 orang, Jakarta Utara sebanyak 19 orang, Jakarta Timur sebanyak 16 orang dan Jakarta Selatan sebanyak 15 orang. Sebanyak 54 responden berusia 17-25 tahun, 37 responden berusia 26-35 tahun, lalu 8 responden berusia 36-45 tahun dan 1 responden berusia 46-55 tahun. Lalu 33 orang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, 39 orang bekerja sebagai pegawai/karyawan/buruh, 20 orang bekerja sebagai pengusaha, 7 orang bekerja sebagai pekerja bebas dan 1 orang bekerja sebagai yang lain. Sebagian besar responden memiliki pendapatan Rp. 3.000.000 - Rp.5.000.000 sebanyak 39 orang, 32 orang memiliki pendapatan diatas Rp. 5.000.000, 19 orang memiliki pendapatan Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000 dan 10 orang memiliki pendapatan dibawah Rp. 1.000.000. Lalu untuk frekuensi penggunaan Shopee Paylater dalam per bulan terbanyak dengan frekuensi dibawah 3 kali per bulan sebanyak 54 orang, frekuensi 3-5 kali per bulan sebanyak 34 orang dan frekuensi diatas 5 kali per bulan sebanyak 12 orang.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat R hitung yang harus lebih besar daripada R tabel agar dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas terhadap 100 responden yang telah didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 - Uji Validitas SPSS

Variabel	Items	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Ket
Manfaat X1	X1.1	Fitur Shopee Paylater menjadi salah satu opsi pembayaran yang memudahkan transaksi	0.633	0.164	VALID
	X1.2	Fitur Shopee Paylater lebih mudah digunakan sebagai fitur pembayaran di Shopee daripada menggunakan kartu kredit	0.625	0.164	VALID
	X1.3	Proses mendaftar Shopee Paylater yang cepat memberi manfaat baik bagi pengguna	0.567	0.164	VALID
	X1.4	Proses memahami penggunaan Shopee Paylater cenderung cepat dan bermanfaat	0.715	0.164	VALID

	X1.5	Fitur Shopee Paylater menawarkan keamanan lebih daripada fitur cicilan lain seperti Credit Card sebagai salah satu manfaat	0.586	0.164	VALID
	X1.6	Saya merasakan manfaat keamanan dalam bertransaksi lewat Shopee Paylater	0.664	0.164	VALID
Kepercayaan X2	X2.1	Saya memilih menggunakan Shopee Paylater karena reputasi brand Shopee yang baik	0.705	0.164	VALID
	X2.2	Saya lebih memilih menggunakan Shopee Paylater daripada sistem aplikasi paylater lainnya	0.795	0.164	VALID
	X2.3	Shopee Paylater menawarkan jaminan transaksi yang lebih mudah daripada kartu kredit atau system paylater lainnya	0.757	0.164	VALID
	X2.4	Saya tertarik menggunakan Shopee Paylater karena transaksi saya terjamin terutama dari segi keamanan	0.673	0.164	VALID
	X2.5	Keamanan privasi adalah hal yang penting ketika melakukan transaksi menggunakan sistem aplikasi paylater	0.591	0.164	VALID
	X2.6	Shopee Paylater menawarkan jaminan keamanan privasi dalam bertransaksi	0.640	0.164	VALID
	Kemudahan X3	X3.1	Shopee Paylater adalah system paylater yang mudah dipahami dan digunakan	0.723	0.164
X3.2		Walaupun belum pernah menggunakan system kredit sebelumnya, Shopee Paylater akan tetap mudah untuk dipahami dan digunakan	0.626	0.164	VALID

	X3.3	Saya menggunakan Shopee Paylater karena system pembayarannya yang lebih mudah dari system paylater lainnya	0.658	0.164	VALID
	X3.4	Semua transaksi yang dilakukan pada aplikasi Shopee (e-commerce) dapat menggunakan Shopee Paylater	0.645	0.164	VALID
	X3.5	Shopee Paylater menawarkan berbagai jenis cicilan mulai dari 3 kali hingga 12 kali	0.651	0.164	VALID
	X3.6	Saya tertarik menggunakan Shopee Paylater karena pilihan transaksi yang fleksibel	0.643	0.164	VALID
Keputusan Penggunaan Y	Y.1	Saya lebih berminat untuk menggunakan Shopee Paylater sebagai alternatif cicilan lain selain kartu kredit	0.700	0.164	VALID
	Y.2	Saya lebih berminat menggunakan Shopee Paylater dikarenakan dapat langsung saya gunakan untuk pembelian melalui e-commerce Shopee	0.506	0.164	VALID
	Y.3	Saya sering menggunakan Shopee Paylater untuk membeli keperluan sehari-hari yang harganya di bawah Rp.500.000	0.586	0.164	VALID
	Y.4	Saya sering menggunakan Shopee Paylater untuk membeli barang yang harganya di atas Rp.500.000	0.697	0.164	VALID
	Y.5	Saya akan terus menggunakan Shopee Paylater sebagai alternatif cicilan	0.737	0.164	VALID
	Y.6	Saya akan terus menggunakan Shopee Paylater karena penggunaannya yang cenderung lebih mudah daripada kartu kredit	0.707	0.164	VALID

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa pengujian validitas terhadap 100 responden menggunakan R tabel dengan signifikansi 10% dan berada di angka 0.164. Pada pengujian ini, baik variabel manfaat (X1), kepercayaan (X2), kemudahan (X3), dan juga keputusan penggunaan (Y) mempunyai R hitung yang lebih besar daripada R tabel, sehingga keseluruhan data pada X1, X2, X3 dan Y dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas terhadap keseluruhan item yang telah dinyatakan valid pada uji validitas. Uji reliabilitas terhadap 100 orang didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 2 - Uji Reliabilitas SPSS

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Manfaat	0.697	Reliable
Kepercayaan	0.786	Reliable
Kemudahan	0.729	Reliable
Keputusan Penggunaan	0.711	Reliable

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa baik variabel manfaat (X1), electronic kepercayaan (X2), kemudahan (X3), maupun keputusan penggunaan (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,600, sehingga keempat variabel dinyatakan reliabel.

Uji Hipotesis

Tabel 11 – Hasil Uji T Parsial

Model	t	Sig.
X1 - Manfaat	3,109	0,002
Dependent Variable: Y		
X2 - Kepercayaan	3,705	0,000
Dependent Variable: Y		
X3 - Kemudahan	1,007	0,317
Dependent Variable: Y		

Rumus mengetahui t tabel pada penelitian ini adalah $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,10/2; 100-3-1) = (0,05;96) = 1,660$. Berdasarkan Tabel 4.17, diketahui hasil dari uji t secara parsial sebagai berikut;

a. Hipotesis 1:

Berdasarkan hasil perhitungan data melalui IBM SPSS Statistics 25 yang dilakukan oleh peneliti, nilai signifikansi pada variabel manfaat ada pada angka 0,002 yang berarti lebih kecil daripada 0,05. Sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 3,109 yang berarti lebih besar daripada t tabel 1,660. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat

berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater di DKI Jakarta, dan artinya hipotesis diterima.

b. Hipotesis 2:

Berdasarkan hasil perhitungan data melalui IBM SPSS Statistics 25 yang dilakukan oleh peneliti, nilai signifikansi pada variabel manfaat ada pada angka 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05. Sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 3,705 yang berarti lebih besar daripada t tabel 1,660. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater di DKI Jakarta, dan artinya hipotesis diterima.

c. Hipotesis 3:

Berdasarkan hasil perhitungan data melalui IBM SPSS Statistics 25 yang dilakukan oleh peneliti, nilai signifikansi pada variabel kemudahan ada pada angka 0,317 yang berarti lebih besar daripada 0,05. Sedangkan untuk nilai t hitung sebesar 1,007 yang berarti lebih kecil daripada t tabel 1,660. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater di DKI Jakarta, dan artinya hipotesis ditolak.

Tabel 12 – Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	524,107	3	174,702	38,931	.000 ^b
	Residual	430,803	96	4,488		
	Total	954,910	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Berdasarkan Tabel 12, diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji f (simultan) adalah sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil daripada 0,05. Begitu pula dengan f hitung sebesar 38.931 yang berarti lebih besar daripada f tabel 2,14. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat, kepercayaan kemudahan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater di DKI Jakarta dan artinya hipotesis diterima.

Tabel 13 – Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R Square / R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	0,549	0,535	2,118
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

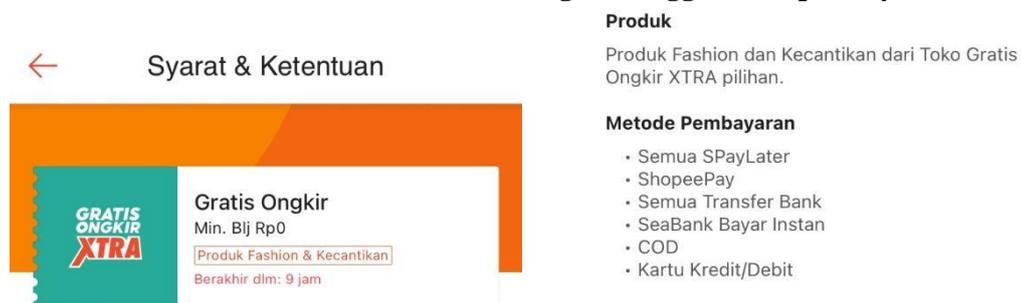
Berdasarkan Tabel 13, diketahui dari hasil pengujian regresi linear berganda pada penelitian ini memiliki R Square sebesar 0,549. Hal ini mempunyai arti bahwa variabel manfaat (X1), kepercayaan (X2), dan kemudahan (X3) memberikan pengaruh sebesar 54,9% terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater di DKI Jakarta dengan tingkat hubungan moderat atau sedang. Sedangkan sebesar 0,451 atau 45,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di DKI Jakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari Purnamasari et al. (2021), dimana keputusan untuk menggunakan metode pembayaran Shopee Paylater lebih dipengaruhi oleh persepsi manfaat sebagai aspek yang tinggi.

Seperti yang juga menjadi pembahasan dan hasil penelitian dari Kurniawarn et al. (2021), sangat natural disaat seseorang memilih menggunakan fitur yang dirasa punya manfaat dan memberi *benefit* untuk diri mereka. Shopee Paylater sendiri memiliki manfaat bagi orang yang ingin melakukan pembelian namun mempertimbangkan alternatif cicilan yang disediakan. Shopee Paylater menjadi alternatif yang memberi manfaat mulai dari transaksi yang mudah, transaksi yang cepat, dan transaksi yang aman.

Gambar 3 - Voucher Gratis Ongkir Pengguna Shopee Paylater



Gambar 4 - Promo Tanggal Kembar Shopee



Beberapa gambaran di atas menggambarkan bagaimana Shopee memanfaatkan digitalisasi untuk menyediakan berbagai jenis promosi melalui aplikasi mereka. Mulai dari pop up banner yang menarik perhatian, video iklan singkat yang sering muncul, hingga penawaran khusus seperti gratis ongkir untuk pengguna Shopee Paylater, promo tanggal kembar, dan section khusus yang merekomendasikan produk-produk untuk pembelian dengan cicilan ringan. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan eksposur produk, tetapi juga untuk mengoptimalkan pengalaman pengguna melalui personalisasi dan kemudahan akses informasi. Dengan menyediakan promosi yang relevan dan menarik, Shopee tidak hanya mendorong pembelian tetapi juga menciptakan lingkungan di mana pengguna merasa diuntungkan dan terlibat secara aktif dalam aktivitas belanja online. Dalam konteks transformasi digital yang semakin mempengaruhi perilaku konsumen, Shopee terus berupaya untuk menjadi platform yang tidak hanya menyediakan produk berkualitas tetapi juga pengalaman belanja yang memuaskan dan mendukung keputusan pembelian yang tepat.

Gambar 5 - Voucher Gratis Ongkir Pengguna Shopee Paylater

The image shows a promotional banner for Shopee Paylater. At the top, it says "CICILAN RINGAN" in a red box. Below that, a large orange banner reads "BELI ELEKTRONIK APA AJA, CICIL RINGAN PAKAI SPayLater" with images of a TV, laptop, and smart speaker. Underneath are two category buttons: "Elektronik Rumah" and "Gadget & Aksesoris". Below these are three product cards:

Product	Price	Discount
Xiaomi Official TV A2 43" [FHD] Smart FHD TV - Android TV II	Rp3.499.000	GRATIS XTRA
TCL 32 Inch Smart TV - Android 11 - ...	Rp4.599.000 (Rp1.900.000)	-59% DISKON 56%
TCL 40 Inch TV - Android	Rp5.499.000 (Rp10.000)	-59% DISKON 56%

Namun demikian, hal ini juga memicu rasa penasaran dan motivasi pengguna untuk mencari tahu lebih dalam (pulling down). Transformasi ini tidak hanya memudahkan akses konsumen terhadap informasi dan promosi, tetapi juga menciptakan lingkungan di mana konsumen merasa terlibat secara aktif dalam proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, strategi digitalisasi yang efektif tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memperkuat keterlibatan pengguna, meningkatkan interaksi mereka dengan platform e-commerce seperti Shopee, dan akhirnya meningkatkan penggunaan fitur-fitur inovatif seperti Shopee Paylater.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di DKI Jakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari Putri dan Iriani (2020), yaitu semakin seseorang percaya pada Shopee Paylater maka semakin yakin keputusan orang tersebut untuk bertransaksi menggunakan Shopee Paylater. Hal ini sejalan dengan fenomena yang terjadi saat ini dimana transaksi belanja online, khususnya yang melibatkan pinjaman online, sering menjadi sasaran penipuan. Akibatnya, individu yang tidak memiliki kepercayaan pada suatu platform tidak akan melakukan pembelian.

Canesten dan Saputri (2021), juga menemukan hasil yang sama dalam penelitian yang membahas pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Walaupun penelitian ini membahas keputusan penggunaan, namun tidak dapat dipungkiri sebagai salah satu e-commerce terbesar di Indonesia, variabel kepercayaan akan menjadi relevan dalam hal keputusan penggunaan untuk fitur Shopee Paylater. Fenomena ini sejalan dengan indikator untuk variabel kepercayaan, dengan melihat reputasi brand, jaminan transaksi, dan keamanan privasi (Wardhana, et al, 2023), membuat seseorang menjadi percaya untuk kemudian memutuskan menjadi pengguna layanan digital.

Gambar 6 - FAQ Pusat Bantuan Shopee terkait Keamanan Shopee Paylater

Pusat Bantuan > Pembayaran > SPayLater/SPinjam/Dar

[SPayLater - Limit dan Aktivasi] Bagaimana jika KTP saya sudah digunakan orang lain?

Anda akan mendapatkan notifikasi jika data diri Anda telah digunakan oleh orang lain untuk pengajuan aktivasi SPayLater, silakan hubungi Customer Service Shopee dengan melampirkan data berikut untuk pengecekan lebih lanjut:

- KTP yang akan digunakan
- Kartu keluarga
- *Screenshot* notifikasi jika KTP Anda sudah digunakan di akun lain

Pastikan data diri yang Anda gunakan valid dan sesuai dengan KTP agar memudahkan proses pengajuan aktivasi SPayLater.

⚠ Catatan

- SPayLater merupakan produk layanan pinjaman yang disediakan oleh **PT Commerce Finance** serta pihak lain yang bekerja sama dengan **PT Commerce Finance** untuk memberikan pinjaman bagi Pengguna.
- **PT Commerce Finance** diawasi langsung oleh **OJK (Otoritas Jasa Keuangan)**.

Gambar di atas merupakan salah satu bukti jaminan transaksi yang dapat membangun kepercayaan terhadap transaksi digital melalui Shopee Paylater. Seperti yang dibahas Purnamasari (2021), bahwasanya keamanan digital mempunyai pengaruh yang signifikan sehingga penting untuk menjadi waspada dengan hal ini. Kampanye untuk mendukung kepercayaan ini tentunya seringkali ditemukan lewat promosi fitur Shopee Paylater, yang kemudian akan membawa pengguna mengetahui apa saja poin yang bisa meningkatkan rasa percaya terhadap Shopee Paylater dan salah satunya seperti gambar di atas dimana KTP pengguna hanya dapat digunakan satu kali untuk aktivasi Shopee Paylater sehingga kalau ada pihak yang tidak bertanggung jawab, Shopee dapat membantu pengusutan lewat aktivasi sebelumnya.

Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di DKI Jakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari Kurniawan et al. (2021), variabel kemudahan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan fitur Shopee Paylater tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kemudahan penggunaan aplikasi tersebut. Asumsi terbesar penyebabnya melalui penelitian ini adalah bagi responden, aplikasi paylater mudah untuk dipelajari dan digunakan. Sehingga hal tersebut tidak menjadi masalah yang signifikan mempengaruhi keputusan responden untuk menggunakan aplikasi paylater.

Hasil serupa juga didapatkan oleh Asja et al. (2021), Metode pembayaran paylater tidak memperhitungkan kenyamanan yang dirasakan karena meskipun pelanggan percaya bahwa layanan Paylater mudah digunakan, hal ini tidak akan menarik minat mereka untuk menggunakan metode pembayaran paylater. Walaupun punya pilihan cicilan yang beragam, dengan pilihan transaksi fleksibel, kemudahan tidak menjadi faktor utama seseorang akhirnya menggunakan Shopee Paylater. Hal ini juga didukung dengan mayoritas pengguna dengan *range* umur 17 sampai 35 tahun (*gen z* dan milenial), dimana pada umur tersebut pengguna cenderung lebih paham tentang teknologi sehingga kemudahan tidak begitu menjadi hal yang dikhawatirkan.

Seperti hasil penelitian Orientati dan Kurniawati (2021) yang membahas faktor yang menjadi pengaruh penggunaan Shopee Paylater di Indonesia, kemudahan atau *ease of use* tidak menjadi pengaruh yang signifikan karena sebuah kemudahan dalam transformasi digital masa kini seharusnya tidak menjadi kekhawatiran utama lagi, karena tentunya tujuan dari digitalisasi itu sendiri merupakan proses yang diharapkan dapat memudahkan suatu proses, tak terkecuali penggunaan fitur cicilan online. Terutama dalam proses pemasaran digital yang dilakukan, Shopee lebih menargetkan pengguna *existing* Shopee untuk mencoba fitur layanan pembayaran cicilan sehingga kemudahan sejatinya sudah tidak dikhawatirkan terlebih bagi para pengguna yang sebelumnya sudah aktif menggunakan Shopee sebelumnya.

Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Di DKI Jakarta

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan masyarakat Jakarta. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian dari Ambarwati (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay” dengan hasil yang menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan, dan kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dengan objek yaitu Go-Pay (Ambarwati, 2019).

Kurniawan et al. (2021) juga mendapatkan hasil yang serupa walaupun variabel kepercayaan tidak digunakan, melainkan resiko penggunaan yang kemudian penulis adaptasi dalam variabel kepercayaan penelitian ini, dimana walaupun ada variabel yang secara parsial tidak berpengaruh signifikan, namun ketika dijadikan suatu kesatuan menjadi acuan yang penting sebelum seseorang menggunakan suatu fitur terutama yang berbasis *fintech*. Seperti hasil uji analisis regresi linear berganda, dimana tanpa variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan maka keputusan penggunaan fitur Shopee Paylater kemungkinan akan semakin menurun. Tentu ketiga hal ini juga dipacu lewat proses *digital marketing* yang mampu menjangkau berbagai jenis audiens karena platform yang digunakan variatif mulai dari postingan media sosial, pop up banner, hingga iklan video singkat.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan dalam penelitian ini, didapatkan kesimpulan bahwa manfaat, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif secara langsung yang signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta. Sedangkan kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta. Lalu pengaruh positif secara simultan diketahui bahwa manfaat, kepercayaan, kemudahan memiliki pengaruh positif secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater masyarakat Jakarta. Sehingga diketahui manfaat yang dirasakan pengguna mulai dari mempermudah transaksi, mempercepat transaksi, dan memberikan rasa aman sangat mempunyai peran, terutama dalam sebuah metode pembayaran. Sehingga seseorang tentunya akan menggunakan sesuatu hal yang memiliki manfaat. Lalu kepercayaan didapatkan melalui reputasi brand, jaminan transaksi, dan keamanan privasi mempunyai peran untuk seseorang memutuskan menjadi pengguna suatu fitur, dalam hal ini metode pembayaran paylater. Sehingga rasa percaya dan aman akan menaikkan minat untuk menggunakan paylater. Sebuah kemudahan yang dirasakan belum tentu menjadi penyebab seseorang menggunakan paylater, sehingga kemudahan dipahami dan dioperasikan, kemudahan pembayaran, dan pilihan transaksi yang fleksibel tidak menjadi masalah yang berarti. Saat manfaat, kepercayaan dan kemudahan digabungkan memiliki pengaruh terhadap seseorang dalam menggunakan paylater. Hal ini bisa timbul karena tanpa adanya manfaat, kepercayaan, dan kemudahan yang dirasakan pengguna maka suatu fitur akan kurang diminati penggunaannya.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian ini, manajemen Shopee Paylater dapat mengambil beberapa langkah konkret untuk meningkatkan penggunaan layanan mereka di Jakarta. Pertama, fokus pada promosi manfaat seperti kemudahan, kecepatan transaksi, dan rasa aman. Kampanye pemasaran yang menyoroti keunggulan ini dan pengembangan fitur baru seperti pengingat pembayaran otomatis dapat meningkatkan nilai tambah layanan. Kedua, memperkuat kepercayaan pengguna melalui reputasi brand yang kuat, teknologi keamanan canggih, dan transparansi syarat penggunaan. Informasi yang jelas dan mudah dipahami akan membuat pengguna merasa lebih yakin dan aman. Ketiga, memastikan antarmuka pengguna yang mudah dipahami dan dioperasikan serta menyediakan layanan pelanggan yang responsif untuk mengatasi masalah pengguna. Meskipun kemudahan tidak menjadi

faktor utama, opsi pembayaran yang fleksibel tetap memberikan kenyamanan tambahan. Pendekatan holistik yang menggabungkan manfaat, kepercayaan, dan kemudahan akan sangat efektif. Manajemen harus secara berkala menganalisis feedback dan data penggunaan untuk menilai dan menyesuaikan strategi. Dengan langkah-langkah ini, Shopee Paylater dapat meningkatkan penggunaan di kalangan masyarakat Jakarta dan memperluas pangsa pasar. Terakhir, pendekatan holistik yang menggabungkan manfaat, kepercayaan, dan kemudahan secara bersamaan harus diadopsi oleh manajemen Shopee Paylater. Manajemen harus secara berkala menganalisis feedback dan data penggunaan untuk menilai dan menyesuaikan strategi. Dengan langkah-langkah ini, Shopee Paylater dapat meningkatkan penggunaan di kalangan masyarakat Jakarta dan memperluas pangsa pasar

Daftar Pustaka

- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surabaya. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 93-100.
- Asja, H. J., 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*, 2(4), 309-325. Retrieved From [Http://Penerbitgoodwood.Com/Index.Php/Jakman/Article/View/495](http://Penerbitgoodwood.Com/Index.Php/Jakman/Article/View/495)
- Blackburn, H. (2011). Millennials And The Adoption Of New Technologies In Libraries Through The Diffusion Of Innovations Process. *Library Hi Tech*, 29(4), 663-677.
- Ilahi, N. (2022). “Beli Sekarang Bayar Nanti”: Mahasiswi, Spay Later, Dan Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Islamiati, Dian, & Mentara, H. (2019). Hubungan Dismenore Primer Terhadap Aktivitas Olahraga Remaja Putri Di Smp Negeri 1 Banawa Tengah. *Tadulako Journal Sport Sciences And Physical Education*, 52-66.
- Gefen, D. (2003). Tam Or Just Plain Habit: A Look At Experienced Online Shoppers. *Journal Of Organizational And End User Computing (Joeuc)*, 15(3), 1-13.
- Krempel, E., & Beyerer, J. (2014). *Tam-Vs: A Technology Acceptance Model For Video Surveillance*. Athens, Greece: Lecture Notes In Computer Science.
- Kurniawan, Y., Bhatara, R., Anwar, N., & Johan. (2021). Analysis Of The Effect Of Usefulness, Ease Of Use, And Security Perception On Intentions To Use The Paylater Application. *Journal Of Theoretical And Applied Information Technology*, 3542-3554.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal Barekeng*, 333-342.
- Musfar, T. F., Nabilla, M., & Jushermi, J. (2023). The Effect Of Ease Of Use And Customer Trust Toward Customer. *Dinasti International Journal Of Digital Business Management*.
- Orientani, R., & Kurniawati, M. (2021). Factors Influencing Intention To Use Spaylater In Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Pazarbasioglu, C., Mora, A. G., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., & Saal, M. (2020). Digital Financial Services. *World Bank*, 54, 1-54.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818-828. Retrieved From [Https://Journal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jim/Article/View/8582](https://Journal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jim/Article/View/8582)

- Rahmaniar, A., Syahirah, A. N., T, A. K., Tiara, A., Abimayu, A., Vanchudsi, A., . . . Putrigina, D. (2023). *Bunga Rampai Isu-Isu Komunikasi Kontemporer 2023*. Depok: Pt Rekacipta Proxy Media.
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318-330. Retrieved From <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jjpe/article/view/20164>
- Ryu, H. S. (2018). What Makes Users Willing Or Hesitant To Use Fintech?: The Moderating Effect Of User Type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541-569.
- Sawhani, D. K. (2021). *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Stewart, H., & Jürjens, J. (2018). Data Security And Consumer Trust In Fintech Innovation In Germany. *Information & Computer Security*, 26(1), 109-128.
- Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What Drives Fintech Adoption? A Multi-Method Evaluation Using An Adapted Technology Acceptance Model. *Management Decision*, 58(8), 1675-1697.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tardan, H. (2022). Analisa Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Pelanggan Milenial Terhadap Citra Merek Market Place Shopee Selama Pandemi Covid-19 Di Jabodetabek. *Proceeding Of Lp3i National Conference Of Vocational Business And Technology*, 253-269.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *Mis Quarterly*, 425-478.
- Wardhana, A., Kembau, A. S., Kumaat, A. P., & Sunara, T. A. (2023). The Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Behaviour Dengan Mediasi Customer Satisfaction Dan Customer Trust. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 1932-1940.