



PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGUNAKAN SHOPEE PAYLATER

Winda Suciani Siregar, Annio Indah Lestari Nasution, Nurwani

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: windasiregar2817@gmail.com, annio.indahlestari@uinsu.ac.id, nurwani@uinsu.ac.id

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara baik secara parsial maupun secara simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara dengan sampel berjumlah 100 Mahasiswa. Menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner dan metode analisis regresi berganda dengan menggunakan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa Persepsi manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopee Paylater pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sumatera Utara. Kemudian secara simultan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Minat Menggunakan.

Abstract:

This study aims to determine the effect of Perceived Benefit, Perceived Ease of Use and Perceived Risk on Interest in Using Shopee Paylater in Students of the Islamic Economics and Business Faculty of UIN North Sumatra, either partially or simultaneously. The method used in this research is a quantitative method. The population of this study was conducted on students of the Faculty of Economics and Islamic Business at UIN North Sumatra with a sample of 100 students. Using primary data by distributing questionnaires and multiple regression analysis method using hypothesis testing. The results of this study partially show that Perceived benefits, Perceived Ease of Use and Perceived Risk have a positive and significant effect on the interest in using Shopee Paylater among students of the Islamic economics and business faculty of UIN Sumatra Utara. Then simultaneously Perceived Benefits, Perceived Ease of Use and Perceived Risk influence the interest in using Shopee Paylater for Students of the Faculty of Islamic Economics and Business, UIN North Sumatra.

Keywords: *Perceived Benefit, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Interest in Using.*

PENDAHULUAN

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dicanangkan pada tahun 2014 oleh Bank Indonesia untuk mengurangi ketergantungan uang tunai di kalangan masyarakat Indonesia (LCS) (Asja et al., 2021). Volume dan nilai transaksi mata uang elektronik akan terus meningkat hingga akhir tahun 2020 sebagai akibat dari perubahan sistem pembayaran nontunai. Selain itu, peningkatan transaksi valuta asing ini sejalan dengan Rencana Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dilaksanakan Bank Indonesia pada tahun 2014. Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar dan pemahaman masyarakat yang lebih baik tentang keuangan, yang dapat mendorong pertumbuhan transaksi uang elektronik. Sebagai teknologi baru, Uang Elektronik tentunya akan semakin memudahkan pengguna dalam memenuhi berbagai kebutuhan digital sehari-hari (Halimah et al., 2022).

Tabel 1. Volume Transaksi Uang Elektronik

No.	Tahun	Volume Transaksi
1.	2018	7,06 Triliun
2.	2019	12,4 Triliun
3.	2020	47,2 Triliun
4.	2021	145,1 Triliun
5.	2022	163,4 Triliun

Sumber Bank Indonesia 2021

Pada tahun 2018, volume transaksi uang elektronik masyarakat Indonesia mencapai 7,06 triliun dan diperkirakan akan meningkat menjadi sekitar 12,4 triliun pada tahun 2019. Pada tahun 2020, volume transaksi uang elektronik masyarakat Indonesia diperkirakan akan meningkat pesat menjadi 47,2 triliun. Total nilai transaksi e-elektronik mencapai Rp163,4 triliun sejak 2022 hingga Oktober. Nilai tersebut melebihi total nilai transaksi pada tahun 2021 yang mencapai Rp145,1 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan uang elektronik semakin berkembang karena faktor dan kondisi yang berbeda (Kusumawati, 2022).

belum lama ini sistem pembayaran belanja tidak hanya kegiatan transfer, Emoney, dan COD saja, tetapi sekarang sudah ada sistem pembayaran belanja dulu baru bayar yaitu Shopee Paylater yang bertujuan agar konsumen mudah berbelanja dan juga mudah melakukan transaksi. Shopee Paylater adalah fitur belanja online baru yang ditawarkan oleh ShopeePay. Selain suku bunga rendah, mendaftar ke Shopee Paylater itu sederhana (CLAUDIA et al., 2022).

Shopee PayLater adalah cara mendapatkan pinjaman instan hingga Rp 750.000 yang memungkinkan orang membayar sembako tanpa harus menggunakan kartu kredit dalam satu atau dua atau tiga bulan (Kusumawati, 2017). Pengguna akun Shopee PayLater juga dapat meminta tambahan satu kali batas. Saat menggunakan Shopee PayLater, pelanggan akan merasakan keuntungan dan faktor yang diharapkan berguna di masa depan.

Penelitian ini mengkaji persepsi manfaat sebagai faktor pertama. Friti Anifa (2020) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai penilaian subjektif pengguna tentang seberapa besar

suatu sistem, seperti sistem pembayaran elektronik, dapat meningkatkan kinerjanya. Se jauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja mereka dan membuat pekerjaan sehari-hari mereka lebih mudah. Ada salah satu pengguna Shopee Paylater bernama Devi Afrianti yang disebut-sebut dalam berita yang ditulis oleh Padamsari dan Cynthia. Dia menggunakan Shopee untuk mengumpulkan modal untuk bisnis sate taichannya. Ia sering menggunakan fitur Shopee PayLater untuk membeli bahan sate taichan seperti ayam. Hal ini sejalan dengan temuan RISED yang menemukan bahwa 92 persen responden percaya bahwa layanan paylater berguna untuk mengendalikan arus kas dan pengeluaran (Hidayat, 2021).

Faktor kedua adalah persepsi kemudahan penggunaan, atau keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tidak akan merugikan mereka, adalah faktor kunci. Kemudahan yang dirasakan, menurut definisi, keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Menurut (Jogianto, 2007), seseorang akan memanfaatkan sebuah sistem informasi jika ia percaya bahwa itu mudah digunakan.

Faktor ketiga adalah persepsi risiko. Schiffman dkk, mendefinisikan persepsi risiko sebagai ketidakpastian yang dirasakan pengguna ketika mereka tidak dapat memprediksi kemungkinan hasil dari penggunaannya. Konsumen mempersepsikan tingkat risiko tertentu dalam keputusan pembelian mereka karena hasil dari ini sering keputusan yang tidak pasti (Yosifa, 2016). Schiffman dkk. mendefinisikan persepsi risiko sebagai ketidakpastian yang dialami konsumen ketika mereka tidak dapat memprediksi kemungkinan hasil dari keputusan mereka. Menurut artikel ada risiko yang harus diwaspadai jika Anda tidak bisa mengelola uang dengan baik, seperti terjerat utang atau cicilan yang rumit karena menggunakan fitur PayLater. Seperti salah satu pengguna Twitter, @Askrlfess, baru-baru ini ditemukan (Halimah et al., 2022). Netizen tersebut meminta maaf karena menggunakan fitur paylater dalam unggahannya. [askrl] sob. Jangan coba-coba aktifkan Paylater, sumpah, maaf ya Tuhan pic. twitter.com/xzPIXpgsaY. Ia juga menyertakan tangkapan layar tagihan paylater mulai dari Rp 500 ribu hingga Rp 1,5 juta per bulan mulai Oktober 2020 hingga Mei 2021. Pengalaman ini merupakan salah satu contoh dari banyak jeratan utang akibat paylater (Rossa, 2022).

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan layanan Shopee Paylater terdapat berbagai persepsi dikalangan mahasiswa, sehingga berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara".

METODE

Metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk desain penelitian. Untuk menjelaskan hubungan sebab akibat dan pengaruh variabel, metode asosiatif adalah pendekatan pengujian hipotesis, tujuan penelitian asosiatif adalah untuk memastikan hubungan atau efek antara dua atau lebih variabel. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 UIN Sumatera Utara yang berkuliah di fakultas ekonomi dan bisnis islam sebanyak 4.974 Mahasiswa. Dalam penelitian ini digunakan sampling acak proporsional. Dengan cara pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata populasi dikenal dengan istilah proportional random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Karakteristik Responden

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara dijadikan sampel atau responden dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan 100 mahasiswa.

Hasil Uji Kualitas Data

Uji validitas Minat Menggunakan Shopee Paylater

Tabel 4. menampilkan hasil uji validitas variabel minat menggunakan Shopee Paylater

Tabel 4. Uji Validitas Minat Menggunakan Shopee Paylater			
Pernyataan	r hitung	t tabel	Keterangan
1	0,430	0,194	Valid
2	0,461	0,194	Valid
3	0,195	0,194	Valid
4	0,286	0,194	Valid
5	0,250	0,194	Valid
6	0,216	0,194	Valid
7	0,210	0,194	Valid
8	0,348	0,194	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Validitas Persepsi Manfaat

Tabel 5. menampilkan hasil uji validitas variabel persepsi manfaat:

Tabel 5. Uji Validitas Persepsi Manfaat			
Pernyataan	r hitung	t tabel	Keterangan
1	0,859	0,194	Valid
2	0,829	0,194	Valid
3	0,886	0,194	Valid
4	0,893	0,194	Valid
5	0,846	0,194	Valid
6	0,716	0,194	Valid
7	0,498	0,194	Valid
8	0,719	0,194	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

Tabel 4.6 menampilkan hasil uji validitas variabel persepsi kemudahan penggunaan:

Tabel 6. Uji validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan			
Pernyataan	r hitung	t tabel	Keterangan
1	0,383	0,194	Valid
2	0,330	0,194	Valid
3	0,487	0,194	Valid
4	0,424	0,194	Valid
5	0,387	0,194	Valid
6	0,407	0,194	Valid
7	0,301	0,194	Valid
8	0,291	0,194	Valid
9	0,339	0,194	Valid
10	0,344	0,194	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Validitas Persepsi Risiko

Tabel 4.7 menampilkan hasil uji validitas variabel persepsi risiko:

Tabel 7. Uji validitas Persepsi Risiko			
Pernyataan	r hitung	t tabel	Keterangan
1	0,243	0,194	Valid
2	0,389	0,194	Valid
3	0,268	0,194	Valid
4	0,262	0,194	Valid
5	0,255	0,194	Valid
6	0,310	0,194	Valid
7	0,879	0,194	Valid
8	0,430	0,194	Valid

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Realibilitas Persepsi Manfaat

Hasil uji reabilitas variabel Persepsi Manfaat (X_1) disajikan pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 8. Uji Realibilitas Persepsi Manfaat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,903	8

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Realibilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

Hasil uji reabilitas variabel persepsi kemudahan (X_2) disajikan pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 9. Uji Realibilitas Persepsi Kemudahan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,925	10

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Realibilitas Persepsi Risiko

Hasil uji reabilitas variabel persepsi risiko (X_3) disajikan pada tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 10. Uji Realibilitas Persepsi Risiko

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,839	8

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Realibilitas Minat Menggunakan E-Money

Hasil uji reabilitas variabel Minat Menggunakan Shopee Paylater (Y) disajikan pada tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 11. Uji Realibilitas Minat Menggunakan Shopee Paylater

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,879	8

Sumber: Data Diolah, 2022

Uji Normalitas

Tabel 12. Uji Kolmogorov Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

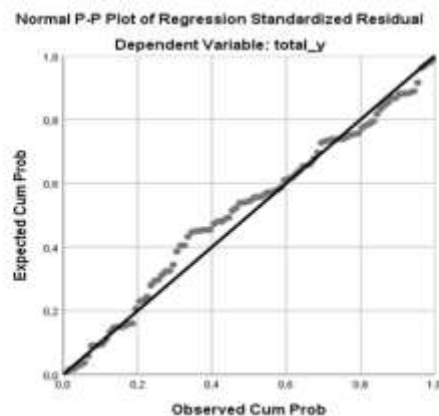
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,05413174
Most Extreme Differences	Absolute	,106
	Positive	,057
	Negative	-,106
Test Statistic		,106
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah, 2022

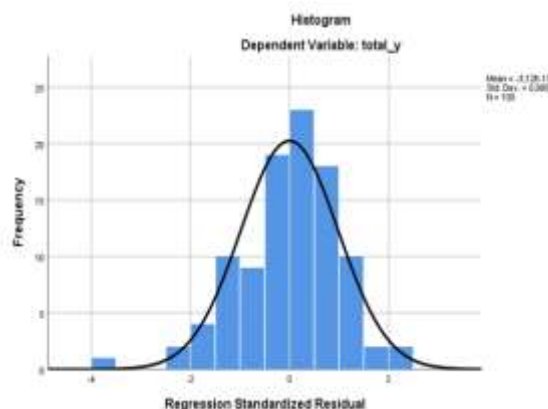
Berdasarkan tabel 4.12, uji normalitas Kolmogrov-Smirnov menghasilkan nilai 0,200 yang menunjukkan lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, data lolos uji normalitas dan berdistribusi normal.

Gambar 1. Diagram P-P Plot Variabel



Sumber: Data Diolah, 2022

Gambar 2. Grafik Histogram



Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi mengidentifikasi variabel independen atau korelasional (Brahmanta & Wardhani, 2021). Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10, model regresi tidak menunjukkan multikolinearitas. Tabel 4.13 menunjukkan bagaimana SPSS 22 untuk Windows digunakan selama uji multikolinearitas.

Tabel 4.13. Uji Multikolinearitas Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,455	4,042		2,339	,021		
Persepsi Manfaat	,239	,104	0,241	2,300	,000	,767	1,304
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,229	,092	0,262	2,487	,000	,757	1,321
Persepsi Risiko	,056	,100	0,051	2,557	,000	,985	1,015

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Shopee Paylater

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13, nilai toleransi untuk variabel manfaat yang dirasakan, kenyamanan yang dirasakan, dan persepsi risiko adalah 0,767, yang menunjukkan bahwa nilai toleransi lebih besar dari 010. Variabel manfaat yang dirasakan, kenyamanan yang dirasakan, dan persepsi risiko masing-masing memiliki VIF nilai 1,304, atau 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas antar variabel bukan merupakan suatu tanda.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 14. Uji Heteroskedasita Coefficientsas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	2,393	2,600		,920	,360
Persepsi Manfaat	,005	,067	,008	,071	,944
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,003	,059	,007	,056	,955
Persepsi Risiko	,073	,064	,116	1,136	,259

a. Dependent Variable: res2

Sumber: Data Diolah, 2022

Bedasarkan hasil Spss 25 terlihat bahwa nilai persepsi manfaat sebesar 0.944 ($>0,05$), nilai persepsi kemudahan 0,955($>0,05$), nilai persepsi risiko 0,259 ($>0,05$), Maka mengidentifikasi bahwa data tidak mengandung masalah heteroskedasitas dan lolos uji gletser.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan penggunaan (X_2) dan persepsi risiko (X_3) terhadap Minat menggunakan Shopee paylater (Y). Adapun hasil regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	9,455	4,042		2,339	,021
Persepsi Manfaat	,239	,104	0,241	2,300	,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,229	,092	0,262	2,487	,000
Persepsi Risiko	,056	,100	0,051	2,557	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Shopee Paylater

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat diperoleh model penelitian sebagai berikut:

$$Y = 9,455 + 0,239 X_1 + 0,229 X_2 + 0,056 X_3 + e$$

Berikut adalah penjelasan dari nilai model di atas:

1. $\alpha = 9,455$. Nilai konstanta α sebesar 9,455 menjelaskan bahwa apabila variabel bebas persepsi manfaat (X_1), persepsi kemudahan (X_2) dan persepsi risiko (X_3) tetap atau tidak dinaikkan maka tingkat pengaruh Minat menggunakan Shopee Paylater (Y) adalah 9,455.
2. $\beta_1 = 0,239$. Koefisien X_1 sebesar 0,239, menunjukkan bahwa variabel X_1 berpengaruh positif terhadap Y. Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan Shopee Paylater meningkat sebesar 0,239 untuk setiap kenaikan satu unit variabel manfaat yang dirasakan.
3. $\beta_2 = 0,229$. Koefisien X_2 sebesar 0,229 menunjukkan bahwa variabel X_2 berpengaruh positif terhadap Y. Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan Shopee Paylater naik sebesar 0,229 untuk setiap kenaikan satu satuan variabel persepsi kenyamanan.
4. $\beta_3 = 0,056$. Koefisien X_3 sebesar 0,056 yang menunjukkan bahwa variabel X_3 berpengaruh positif terhadap Y. Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan Shopee Paylater meningkat sebesar 0,056 untuk setiap kenaikan satu unit variabel persepsi risiko.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater

Berdasarkan temuan parsial penelitian ini, persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Variabel persepsi manfaat memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $2,300 > t\text{-tabel } 1,988$ (Brahmanta & Wardhani, 2021). Artinya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara percaya bahwa layanan Shopee Paylater bermanfaat dan menguntungkan bagi mereka, dikarenakan dengan adanya layanan ini mereka tetap dapat membeli barang yang mereka butuhkan walaupun sedang tidak memiliki uang dan memilih metode beli dahulu, bayar nanti dengan tenggang waktu minimal 1 bulan (Yosifa, 2016). Dimana persepsi manfaat didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan, yang menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (E-MONEY, n.d.).

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater

Berdasarkan temuan parsial penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara (Rohmatul, 2020). Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,487 > t\text{ tabel sebesar } 1,988$. Artinya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara meyakini layanan Shopee Paylater sederhana dan mudah dipahami maka akan berminat dan selalu menggunakan Shopee Paylater untuk melakukan transaksi. Temuan penelitian ini sependapat dengan yang menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Lebih lanjut, penelitian ini bertentangan dengan temuan Saputri dan (Utami, 2020) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan fasilitas e-banking bank syariah (Sati & Ramaditya, 2020).

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater

Berdasarkan temuan parsial penelitian ini, persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Variabel persepsi risiko memiliki nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung sebesar $2,557 > \text{nilai } t\text{ tabel sebesar } 1,988$ (Vanessa et al., 2020). Artinya, persepsi risiko ini akan mempengaruhi jumlah informasi yang akan dicari oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara. Semakin besar persepsi risiko maka akan semakin banyak informasi yang akan dicari sebelum mahasiswa berminat menggunakan Shopee Paylater (Safira, 2022). Hal ini terjadi karena prinsipnya mahasiswa termotivasi untuk menghindari risiko yang dirasakan tentu akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuan mengenai risiko tersebut yang tersimpan didalam memorinya. Persepsi risiko didefinisikan sebagai persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak menguntungkan ketika melakukan aktivitas tertentu. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan yang menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Lebih lanjut, penelitian ini bertentangan dengan temuan penelitian (Vanessa et al., 2020). menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan.

Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko semuanya berpengaruh terhadap minat menggunakan Shopee Paylater secara bersamaan. Koefisien determinasi pada kolom R Square sebesar 0,667 yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat (X_1), persepsi kenyamanan (X_2), dan persepsi risiko (X_3) memiliki pengaruh 70% terhadap variabel Minat menggunakan Shopee Paylater, sedangkan sisanya 30% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini (NURIYUHA, 2022).

Minat mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater dapat dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan. Mahasiswa lebih cenderung berminat menggunakan Shopee Paylater, jika mereka yakin itu akan berdampak positif pada kinerja mereka. Kemudahan penggunaan yang dirasakan dapat mempengaruhi minat mahasiswa terhadap Shopee Paylater (Syukriyyah & Karyaningsih, 2023). Semakin besar persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan, maka semakin besar pula minat mereka untuk menggunakan Shopee Paylater, karena mahasiswa percaya bahwa menggunakan Shopee Paylater itu sederhana. Minat mahasiswa terhadap Shopee Paylater dapat dipengaruhi oleh persepsi mahasiswa terhadap risiko. Karena mahasiswa terus memikirkan risiko yang mungkin dialami sebagai akibat dari ketidakpastian dan akibat negatif lainnya, maka semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap risiko maka semakin rendah minat mahasiswa terhadap menggunakan Shopee Paylater. Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Vanesa et al., 2020).

KESIMPULAN

SDM (petugas pendaftaran) masih terdapat hambatan dalam segi kuantitas sumber daya manusia. Teknologi, SIM RS dan Sistem JKN belum bridging, kecepatan jaringan menjadi keluhan para petugas pendaftaran dan pasien yang berimbas pada lamanya proses pendaftaran pasien jaminan kesehatan nasional dan mengakibatkan antrian panjang. Penyediaan fasilitas ketersediaan tempat yang nyaman bagi para pasien jaminan kesehatan nasional bisa dikatakan bagus. Hal tersebut dibuktikan dari temuan bahwa tempat duduk yang disediakan sudah ada dan terdapat tempat duduk cadangan serta dilengkapi dengan fasilitas toilet khusus untuk difabel.

BIBLIOGRAFI

-
- 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.
- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang Shopeepay Di Surabaya. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(2), 97–108.
- Claudia, C., Anita, E., & Fufita, N. (2022). *Pengaruh Persepsi Risiko Dan Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Minat Investasi Saham Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*. Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

- E-Money, M. L. (N.D.). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat*.
- Halimah, H., Sudiarti, S., & Harahap, M. I. (2022). Perilaku Impulse Buying Generasi Milenial Pada Fintech Ovo Dan Go-Pay Perspektif Maqashid Syariah. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 13(2), 70–79.
- Jogianto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Kusumawati, E. (2017). *Dan Teknologi Komputer Iklim Etika , Ethical Behavior Planned*. 2(2), 156–164.
- Kusumawati, E. (2022). Analisis Swot Faktor Penyebab Penurunan Jumlah Peserta Didik Lembaga Paud Di Kabupaten Bogor. *Tarbiatuna: Journal Of Islamic Education Studies*, 2(2), 88–96. <https://doi.org/10.47467/Tarbiatuna.V2i2.660>
- Nuriyuh, A. S. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan E-Wallet (Shopeepay) Di Yogyakarta (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Shopeepay)*.
- Rohmatul, H. (2020). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee*. Iain Purwokerto.
- Rossa, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko Dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater (Shopee Paylater) Di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen Pnj*, 3.
- Safira, B. (2022). Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pengguna Spaylater Dki Jakarta. *Jurnal Administrasi Profesional*, 3(2), 25–35.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, B. B. A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)/Effect Of Perception Of Benefits, Easy Perception Of Use, Trust And Risk. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)*.
- Syukriyyah, S., & Karyaningsih, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang. *Transformasi Manageria: Journal Of Islamic Education Management*, 3(1), 263–287.
- Utami, A. P. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Ovopaylater (Studi Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Vanesa, U., Dja'far, H., & Khairiyani, K. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ovo Pada Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*. Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Yosifa, M. (2016). Hubungan Antara Dimensi-Dimensi Persepsi Risiko Berbelanja Online Dan Niat Membeli Produk Fashion Pada Wanita Dewasa Awal. *Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*. Yogyakarta.

Copyright holder:

Winda Suciani Siregar, Annio Indah Lestari Nasution, Nurwani (2023)

First publication right:

[Jurnal Syntax Transformation](#)

This article is licensed under:

