



**Website:**

[ejournal.umm.ac.id/index.php/jrak](http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jrak)

**\*Correspondence:**

[nadafajarnw@student.ub.ac.id](mailto:nadafajarnw@student.ub.ac.id)

**DOI:** 10.22219/jrak.v14i1.30186

**Citation:**

Widiarti, N, F, N., Nurkholis., Purwanti, L. (2024). Peran Unsur Meta-Utaut, Penerimaan Paylater Dan Persepsi Penggunaan Terhadap Antropomorfisme Indonesia. Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan, 14(1), 179-199.

**Article Process**

**Submitted:**

November 16, 2023

**Reviewed:**

November 30, 2023

**Revised:**

December 29, 2023

**Accepted:**

May 6, 2024

**Published:**

May 6, 2024

**Office:**

Department of Accounting  
University of  
Muhammadiyah Malang  
GKB 2 Floor 3.  
Jalan Raya Tlogomas 246,  
Malang, East Java,  
Indonesia

P-ISSN: 2615-2223

E-ISSN: 2088-0685

Article Type: Research Paper

## PERAN UNSUR META-UTAUT, PENERIMAAN *PAYLATER* DAN PERSEPSI PENGGUNAAN TERHADAP ANTROPOMOFISME INDONESIA

NadaFajar Nurmani'ah Widiarti<sup>\*1</sup>, Nurkholis<sup>2</sup>, Lilik  
Purwanti<sup>3</sup>

**Affiliation:**

<sup>1,2,3</sup>Department of Accounting Faculty of Economics and  
Business, Brawijaya University, Malang, Indonesia

### ABSTRACT

**Purpose:** *Applying the integration of UTAUT and MTAM theories, this study investigates the acceptance and usage of paylater from the Indonesian anthropomorphism perspective.*

**Methodology/approach:** *Quantitative research strategy using methods for gathering data via questionnaires. Using the Lameshow formula, which yields 384.16, the sample size was calculated and rounded to 400 individuals. The combined strategy of the SEM-ANN method is used in this study's data analysis.*

**Findings:** *The research presented here demonstrates that behavioral intentions are mostly determined by their performance expectations. The elements of effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit, and trust in shaping user behavioral intentions all support this. However, perceived risk and perceived cost have the effect of decreasing behavioral intention to use. One of the things that encourages usage behavior is its goal.*

**Practical implications:** *This empirical study breaks out the paylater adoption-influencing aspects from an Indonesian social perspective. IT developers can create user-friendly or widely approved paylater applications in this approach.*

**Originality/value:** *This study builds pricing value components by combining the UTAUT and MTAM methodologies with structural equation modeling (SEM)*

and analysis of neural network (ANN) techniques. In recognizing connections that are linear and non-linear.

**KEYWORDS:** Indonesian Antrhopormorphism; MTAM; Paylater; SEM-ANN; UTAUT

#### **ABSTRAK**

**Tujuan penelitian:** Studi ini mengkaji adopsi dan penggunaan *paylater* dari kacamata antropormifisme Indonesia menggunakan asimilasi teori UTAUT dan MTAM

**Metode/pendekatan:** Pendekatan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuisioner. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lameshow sebesar 384,16 yang kemudian dibulatkan menjadi 400 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kombinasi metode SEM-ANN.

**Hasil:** Penelitian ini menunjukkan ekspektasi kinerja menjadi faktor dominan penentu keputusan niat perilaku pengguna *paylater*. Hal ini turut dikonfirmasi oleh faktor ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan, orientasi penghematan waktu, dan kepercayaan dalam membentuk niat perilaku pengguna. Sebaliknya biaya dirasakan dan risiko dirasakan memiliki pengaruh berdampak menurunkan niat perilaku penggunaan. Niat perilaku penggunaan menjadi penguat faktor dalam perilaku penggunaan.

**Implikasi praktik:** Analisis empiris ini mendekomposisi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *paylater* dari perspektif masyarakat Indonesia. Dengan demikian, pengembang IT dapat membangun aplikasi *paylater* yang diterima masyarakat atau userfriendly.

**Orisinalitas/kebaharuan:** Penelitian ini menggabungkan pendekatan UTAUT dan MTAM serta mengkonstruksi faktor nilai harga menggunakan kombinasi metode Structural Equation Modeling (SEM) dan Analysis of Neural Network (ANN). Dalam mengidentifikasi hubungan linier dan non linier.

**KATA KUNCI:** Antropormifisme Masyarakat Indonesia; MTAM; *Paylater*; SEM-ANN; UTAUT.

## PENDAHULUAN

181

Perkembangan teknologi membangun peradaban yang berbeda dalam dunia bisnis. Perspektif teknologi tidak hanya sebatas pada suatu organisasi pengguna, namun juga telah menyakup lingkungan bisnis eksternal dari organisasi. Tujuan penggunaan teknologi berbasis internet bukan hanya mengakses informasi, namun lebih dari itu, penggunaan teknologi berbasis internet menjadi bagian dari aktivitas penjualan, pembelian, perbankan online dan perdagangan ([Kurniawan et al., 2021](#)).

Kehadiran *e-commerce* kerap kali menjadi penggalak dalam berbagai inovasi transaksi ekonomi ([Hapsari et al., 2019](#)). Salah satu inovasi dalam *e-commerce* adalah tersedianya berbagai jenis metode pembayaran. Perkembangan metode pembayaran menunjukkan eksistensinya secara masif dikenal sebagai *Mobile Payment Solutions* (MPS). *Mobile Payment Solution* merupakan kombinasi teknologi berbasis internet dengan *smartphone* untuk memproses pembayaran barang atau jasa ([Kaur et al., 2020](#)). Interpretasi inovasi ini menghadirkan wujud sistem pembayaran yang sangat kompleks. Salah satunya adalah *paylater*, bentuk integrasi *Fintech P2P Lending* dengan *e-commerce*.

*Paylater* menyediakan berbagai penawaran menarik konsumen ([Walfajri, 2019](#)). Pada bulan April, jumlah transaksi peminjaman sebesar 587.750.509 ([OJK, 2022](#)). Kenaikan signifikan sejak tahun 2019 sebesar 618% berawal dari 81.876.033. Peningkatan jumlah transaksi tidak sejalan dengan peningkatan pelaku *Fintech P2P Lending* yang terus mengalami penurunan akibat fenomena pencatutan data pelanggan oleh PT. Caturmusa Sejahtera Finance atas transaksi di Traveloka pada 5 Mei 2019. Selain permasalahan keamanan, masyarakat Indonesia cenderung takut menggunakan *paylater* karena dipercaya dapat memunculkan sifat konsumsi yang impulsif ([Khan & Haque, 2020](#)).

Fenomena adopsi metode pembayaran *paylater* kerap kali menjadi pergolakan tersendiri, khususnya di Indonesia. Terdapat fakta oposisi yang menggambarkan pandangan masyarakat Indonesia bersifat konservatif sehingga lebih nyaman bertransaksi tunai. Perbedaan perspektif ini melahirkan kerisauan mengenai keberlanjutan penggunaan metode pembayaran *paylater* di Indonesia.

Model teori adopsi teknologi informasi yang kerap kali dijadikan landasan teori untuk mengkaji niat perilaku mengadopsi *paylater*. Teori tersebut antara lain Teori Difusi Inovasi (IDT) ([Fahad & Shahid, 2022](#)), *Theory acceptance model* (TAM) ([Kalinić et al., 2020](#); [Liébana-Cabanillas et al., 2021](#); [Türker et al., 2022](#); [Yang et al., 2022](#); [Zhong et al., 2021](#)), Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ([Adirinekso et al., 2020](#); [Alkhalifah, 2021](#); [Fisher et al., 2021](#); [Hanif & Lallie, 2021](#); [Vinerean et al., 2022](#)).

*Innovation diffusion theory* (IDT) telah ditetapkan secara luas dalam mempelajari penerimaan pengguna dalam teknologi baru ([Rogers, 1995](#)). Teori ini menjelaskan bahwa pengguna aplikasi menunjukkan tingkat kemauan yang berbeda ketika mengadopsi suatu inovasi. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa *Diffusion of Innovation Theory* (DOI) hanya menjelaskan 51% varian yang mempengaruhi *behavior intention* (niat perilaku) dalam adopsi inovasi sistem pembayaran ([Fahad & Shahid, 2022](#)). *Theory acceptance model* (TAM) prominan teori dalam penerimaan penggunaan penelitian teknologi ([Venkatesh & Davis, 2000](#)). Hasil penelitian mampu menjelaskan hingga mencapai 61% dari varian *behavior intention* ([Türker et al., 2022](#)). Konsep yang dibangun yaitu persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi kegunaan sistem informasi. UTAUT 1 merupakan model penyempurnaan berdasarkan TAM ([Venkatesh et al., 2003](#)). Empat konstruk diawal yang diusung dalam UTAUT, antara lain Ekspektasi usaha, Ekspektasi kinerja, Pengaruh sosial, dan Kondisi memfasilitasi. Secara bertahap UTAUT 2 kini telah menjadi konteks dalam penelitian adopsi

teknologi dan disempurnakan dengan menambah variabel yang mempengaruhi Niat penggunaan yaitu Motivasi hedonis, Nilai harga, dan Kebiasaan (Venkatesh et al., 2012).

UTAUT 2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) dan MTAM (*Mobile Technology Acceptance Model*) merupakan kombinasi kompleks dalam adopsi sistem seluler. UTAUT 2 berfokus pada pemahaman faktor penggerak niat pengguna untuk menggunakan teknologi. Sementara MTAM secara khusus membahas teknologi seluler. Integrasi kedua model ini dapat memberikan pemahaman eksploratif tentang faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi seluler oleh pengguna. Tabel 1 mengintegrasikan asimilasi pada UTAUT 2 dan MTAM dengan beberapa konstruk sama. Pertama, *Mobile usefulness* telah diwakilkan oleh Ekspektasi Kinerja. Kedua, *Mobile Ease of Use* telah diwakilkan oleh Ekspektasi Usaha. Ketiga, *Mobile Perceived Compatibility* telah diwakilkan oleh Kondisi Memfasilitasi. Keempat, *Mobile Perceived Financial Resource* memiliki kemiripan oleh *price value*. Akan tetapi, *Price value* tidak merujuk langsung pada biaya yang dirasakan oleh individu. Oleh karena itu, peneliti menggunakan konstruk Biaya Dirasakan. Konstruk UTAUT 2 yang tidak memiliki kemiripan dengan MTAM, antara lain: Pengaruh Sosial, Motivasi Hedonis, dan Kebiasaan. Sebaliknya, konstruk MTAM yang tidak dapat diwakilkan oleh UTAUT 2 adalah Risiko Dirasakan dan Kepercayaan (*Trust*).

Penelitian ini merupakan bentuk pengembangan dari penelitian sebelumnya (Adirineksa et al., 2020). Pertama, Konstruk UTAUT yang digunakan merupakan konstruk UTAUT 2. Kedua, Peneliti mengintegrasikan UTAUT 2 dan MTAM. Ketiga, Peneliti menambahkan variabel orientasi penghematan waktu dan variabel biaya yang dirasakan. Keempat, penelitian ini mengaplikasikan analisis data kombinasi metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Artificial Neural Network* (ANN). Analisis data tersebut diharapkan mampu mengidentifikasi hubungan *linier* dan *non linier*. Penelitian ini menyajikan kontribusi dalam mengembangkan model UTAUT 2 dan model MTAM. Serta sebagai prediktor faktor-faktor adopsi *paylater* yang diterima Masyarakat Indonesia atau *userfriendly*.

Ada beberapa alasan mengapa penelitian ini memilih model UTAUT 2 dan MTAM. Model UTAUT adalah sintesis dari delapan model penggunaan teknologi sehingga memiliki kekuatan penjelas lebih baik dibandingkan teori model lain. Sementara itu, MTAM mampu menggambarkan model penerimaan dari sistem *smartphone*. Oleh karena itu, integrasi UTAUT2 dan MTAM memiliki kemampuan prediktif yang relevan.

UTAUT	MTAM	Konstruk Digunakan	Sumber
Ekspektasi Kinerja	<i>Mobile usefulness</i>	Ekspektasi Kinerja	(Venkatesh et al., 2003)
Ekspektasi Usaha	<i>Mobile Ease of Use</i>	Ekspektasi Usaha	(Venkatesh et al., 2003)
Pengaruh Sosial		Pengaruh Sosial	(Venkatesh et al., 2003)
Kondisi Memfasilitasi	<i>Mobile Perceived Compatibility</i>	Kondisi Memfasilitasi	(Venkatesh et al., 2003)
Motivasi Hedonis		Motivasi Hedonis	(Venkatesh et al., 2012)
Nilai Harga	<i>Mobile Perceived Financial Resource</i>	Biaya Dirasakan	(Ooi & Tan, 2016)
		Orientasi Penghematan Waktu	(Tamilmani et al., 2018)
Kebiasaan		Habit	(Venkatesh et al., 2012)
	<i>Perceived risk</i>	Risiko Dirasakan	(Ooi & Tan, 2016)
	Kepercayaan	Kepercayaan	(Ooi & Tan, 2016)

**Tabel 1.**  
Gabungan  
UTAUT 2  
dan MTAM

Berdasarkan fenomena dan pemaparan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan hipotesis dideskripsikan sebagai berikut ini.

183

Ekspektasi kinerja merupakan konstruk penting sebagai driver niat perilaku dalam model UTAUT atau UTAUT 2. Konstruk Ekspektasi kinerja terdiri atas lima kriteria, antara lain: manfaat yang dirasakan (TAM/TAM 2), kesesuaian pekerjaan (MPCU), keuntungan relative (IDT), dan harapan hasil (SCT) (Venkatesh et al., 2003). Ketika pengguna memiliki harapan yang tinggi terhadap efektivitas, efisiensi, dan pencapaian target yang merangsang niat perilaku positif, seperti keinginan untuk mengadopsi, menggunakan, dan bahkan berkomitmen jangka panjang terhadap teknologi tersebut. Pengalaman positif dan pembuktian kinerja sebelumnya dapat memperkuat logika ekspektasi kinerja (Venkatesh et al., 2003). Pada adopsi sistem pembayaran, niat perilaku terbukti dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja (Adirineko et al., 2020; Al-Saedi et al., 2020; Hanif & Lallie, 2021; Vinerean et al., 2022). Dari uraian di atas peneliti merumuskan ekspektasi kinerja berpengaruh positif pada niat perilaku dengan objek penelitian berbeda yaitu *paylater*.

**H<sub>1</sub>: Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan *paylater*.**

Ekspektasi usaha menggambarkan besar usaha/tenaga yang dikeluarkan dalam menggunakan *paylater*. Semakin tinggi ekspektasi kemudahan aplikasi, maka setara dengan niat penggunaan tersebut. Kondisi universal diutarakan oleh (Davis, 1989) bahwa sistem yang dirasakan mudah digunakan lebih mudah untuk diterima. Penelitian sebelumnya yang digarap oleh (Venkatesh et al., 2012) dalam UTAUT 2 menunjukkan ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat penggunaan sistem. Refleksi menunjukkan niat perilaku menggunakan sistem dipupuk oleh persepsi pengguna tentang betapa mudahnya menggunakan teknologi. Studi ini dikuatkan oleh (Abrahão et al., 2016; Dazmin, 2019; Indrawati & Al Azim, 2022; Vinerean et al., 2022; Yang et al., 2022). Dari uraian di atas, maka peneliti memformulasikan premis alternatif sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan *paylater*.**

Berangkat dari Teori UTAUT menyatakan bahwa pengaruh sosial, yang mencakup pendapat dan dukungan dari orang-orang di sekitar pengguna, memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna terkait adopsi teknologi tertentu. Ketika individu merasakan pengaruh positif dari kelompok sosial mereka, baik itu dalam bentuk dukungan langsung atau pengaruh normatif, hal ini cenderung meningkatkan niat mereka untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut. Faktor ini tercermin dalam persepsi bahwa adopsi teknologi tersebut dapat meningkatkan status sosial atau mendapatkan dukungan dari lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, hipotesis ini menyiratkan bahwa semakin kuat pengaruh sosial yang dirasakan, semakin tinggi niat perilaku individu untuk mengadopsi teknologi tersebut. Pengaruh social turut pada adopsi sistem pembayaran turut didukung oleh peneliti terdahulu (Al-Saedi et al., 2020). Maka dari itu, peneliti berasumsi sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan *paylater*.**

JRAK

12.3

Kondisi memfasilitasi dimaknai sebagai pandangan individu mengungkap infrastruktur mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Dalam artian, kondisi memfasilitasi mengacu pada tanggapan konsumen tentang sumber daya serta dukungan diperlukan pada penggunaan teknologi. Dalam UTAUT dijelaskan bahwa ketersediaan dukungan teknis dan sumber daya memfasilitasi penggunaan *paylater* akan meningkatkan niat perilaku penggunaan



sistem pembayaran *paylater*. Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif dalam adopsi sistem pembayaran ([Yang et al., 2022](#); [Zhang & Williamson, 2021](#)). Mengacu eksplanasi di atas, berikut anggapan dasar yang dibangun:

**H<sub>4</sub>: Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan *paylater*.**

Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif secara langsung terhadap penggunaan sistem. Penelitian [Venkatesh et al. \(2003\)](#) mengenai UTAUT mengekspos kondisi memfasilitasi tidak hanya berpengaruh signifikan pada Niat perilaku. Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif pada perilaku pengguna. Ketersediaan dukungan teknis dan sumber daya memfasilitasi meningkatkan perilaku penggunaan *paylater*. Pemikiran tersebut dipastikan kembali dengan penemuan penelitian [Venkatesh et al. \(2012\)](#). Kemudahan dalam mengadopsi teknologi misalnya didukung dengan persuasif untuk memanfaatkan teknologi informasi, maka akan berdampak perilaku penggunaan yang mendukung kinerja optimal ([Yang et al., 2022](#)). Berpedoman pada uraian tersebut, maka pemikiran sementara sebagai berikut:

**H<sub>5</sub>: Kondisi memfasilitasi berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *paylater*.**

Motivasi hedonis telah diakui sebagai driver adopsi penerimaan dan penggunaan teknologi pada UTAUT 2 ([Venkatesh et al., 2012](#)). Hal ini menyiratkan bahwa faktor hedonis mempengaruhi niat individu untuk mengeksplorasi teknologi. Ketika suatu teknologi menciptakan kesenangan akan mempengaruhi niat perilaku penggunaan. Berdasarkan Teori UTAUT2 yang menekankan peran motivasi hedonis dalam membentuk niat perilaku pengguna terkait adopsi teknologi, pengembangan hipotesis dapat diperkuat dengan merujuk pada temuan penelitian terdahulu. [Adrinerekso \(2020\)](#) dapat memberikan wawasan tentang bagaimana motivasi hedonis mempengaruhi adopsi sistem pembayaran. Hasil penelitian Adrinerekso menunjukkan bahwa tingkat kepuasan dan kesenangan yang tinggi dalam menggunakan sistem pembayaran berkontribusi pada niat perilaku yang lebih positif. Temuan penelitian [Sivathanu \(2019\)](#) juga dapat menjadi relevan, terutama jika mencakup informasi tentang motivasi hedonis, seperti pengalaman pengguna yang menyenangkan, berperan dalam adopsi sistem pembayaran. Dalam konteks adopsi sistem pembayaran, motivasi hedonis dapat diasosiasikan dengan kenyamanan penggunaan, antarmuka yang menarik, atau fitur-fitur inovatif yang memberikan kepuasan dan kesenangan kepada pengguna. Penelitian ini akan memberikan landasan yang kokoh untuk menggali lebih lanjut tentang hubungan antara motivasi hedonis dan niat perilaku dalam konteks adopsi sistem pembayaran, dengan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>6</sub>: Motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan *paylater*.**

Kebiasaan dianggap sebagai variabel yang mempengaruhi niat perilaku penggunaan sistem pembayaran. Seseorang yang memiliki kebiasaan menggunakan *paylater* akan cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk terus menggunakannya di masa depan, meskipun ia mengalami beberapa kendala dalam penggunaannya. Kebiasaan adalah sejauh mana seseorang cenderung berperilaku secara otomatis karena belajar dalam UTAUT 2 ([Venkatesh et al., 2012](#)). Kebiasaan teruji berefek selaras terhadap niat perilaku penggunaan teknologi ketika merespon lingkungan dinamis ([Venkatesh et al., 2012](#)). Penyokong penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya ([Adrinerekso et al., 2020](#); [Sivathanu, 2019](#)). Mengacu pada uraian tersebut, hipotesis alternatif yang dibuat adalah

**H<sub>7</sub>: Kebiasaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan *paylater*.**

Kebiasaan dalam UTAUT menjelaskan bahwa rutinitas seseorang menggunakan teknologi tertentu, berdampak pada kemungkinan untuk melanjutkan penggunaannya di masa depan.

Dalam konteks penggunaan *paylater*, hipotesis kebiasaan berarti frekuensi penggunaan *paylater* yang tinggi, menggambarkan besarnya kemungkinan terus menggunakan layanan tersebut di masa depan. Kebiasaan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem pembayaran didukung oleh (Hidayat et al., 2020). Oleh karena itu, hipotesis kebiasaan UTAUT terhadap niat perilaku menggunakan *paylater* adalah sebagai berikut:

**H<sub>8</sub>: Kebiasaan berpengaruh positif terhadap perilaku penggunaan *paylater*.**

Orientasi Penghematan Waktu terhadap Niat Perilaku Penggunaan *Paylater* mengasumsikan bahwa semakin tinggi orientasi pengguna dalam menghemat waktu transaksi, maka semakin tinggi pula niat perilaku menggunakan *paylater*. Logika yang mendasari hipotesis ini adalah prediktor penting yang memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan *paylater* menurut Dazmin (2019) adalah kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi, apabila orientasi pengguna pada penghematan waktu semakin tinggi, maka mereka cenderung lebih memilih menggunakan *paylater* daripada metode pembayaran lain yang lebih merepotkan dan memakan waktu. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa Orientasi penghematan waktu (*Time saving orientation*) berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan sistem pembayaran (Dazmin, 2019; Indrawati & Al Azim, 2022; Nuru, 2020). Hasil dari Indrawati & Al Azim (2022) dalam konteks adopsi sistem pembayaran menjelaskan bahwa orientasi penghematan waktu yang tinggi cenderung memiliki niat perilaku yang lebih positif terkait dengan sistem pembayaran. Oleh karena itu, berikut adalah hipotesis penelitian:

**H<sub>9</sub>: Orientasi penghematan waktu berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*.**

Berdasarkan UTAUT2 menyoroti peran nilai harga dalam membentuk niat, akan tetapi variable tersebut tidak sesuai dengan *paylater* sehingga nilai harga diganti dengan biaya dirasakan. Studi terdahulu Dazmin (2019) dan Nuru (2020) menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pembayaran. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa biaya dirasakan memiliki dampak positif terhadap niat perilaku pengguna terkait adopsi sistem pembayaran, maka hal ini dapat membentuk dasar untuk pengembangan hipotesis. Dalam konteks adopsi sistem pembayaran, biaya dirasakan dapat mencakup biaya langsung seperti biaya transaksi dan biaya tidak langsung seperti waktu yang dihabiskan. Biaya atau *cost* yang dirasakan pengguna dalam menggunakan layanan *paylater* akan mempengaruhi niat perilaku penggunaan *paylater*. Semakin rendah biaya yang dirasakan pengguna dalam menggunakan layanan *paylater*, semakin tinggi niat perilaku penggunaan *paylater* karena pengguna akan merasa lebih mudah dan terdorong untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi biaya yang dirasakan pengguna, semakin rendah niat perilaku penggunaan *paylater* karena pengguna akan merasa kurang termotivasi dan cenderung menghindari penggunaan layanan tersebut. Logika ini turut didukung oleh (Dazmin, 2019; Nuru, 2020). Oleh karena itu, berikut ini adalah asumsi peneliti yang dibangun berdasarkan teori.

**H<sub>10</sub>: Biaya dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*.**

Persepsi risiko yang tinggi akan menyebabkan pengguna merasa ragu atau tidak yakin dalam menggunakan *paylater*. Pengguna mungkin khawatir tentang keamanan data pribadi mereka, biaya tambahan yang tidak diinginkan, atau potensi masalah pembayaran yang dapat memengaruhi kredit mereka di masa depan. Sebaliknya, jika pengguna merasa bahwa risiko yang terkait dengan penggunaan *paylater* rendah, maka mereka lebih cenderung untuk

menggunakan layanan tersebut. Risiko yang dirasakan dalam sistem pembayaran antara lain: kesalahan transaksi, kurang pencatatan dan keandalan jaringan, dan kekhawatiran tentang privasi ([Belanche et al., 2022](#)). Penelitian terdahulu dalam adopsi sistem pembayaran menjelaskan efek negatif risiko yang dirasakan terhadap niat perilaku ([Hanif & Lallie, 2021](#)). Mengacu pada uraian tersebut, hipotesis penelitian yang dibuat sebagai berikut:

**H<sub>11</sub>: Risiko dirasakan berpengaruh negatif terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*.**

Pada dasarnya, kepercayaan ini mencakup dua dimensi, yaitu kepercayaan terhadap keandalan sistem dan kepercayaan terhadap kemampuan sistem untuk memberikan manfaat bagi pengguna. Individu yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keandalan sistem dan manfaat yang diberikan oleh sistem, kemungkinan besar akan lebih cenderung untuk menggunakan *paylater*. Semakin seseorang percaya bahwa penggunaan *paylater* akan bermanfaat bagi kebutuhan pribadi mereka, semakin besar kemungkinan mereka akan memiliki niat untuk menggunakan sistem pembayaran tersebut. Dengan kata lain, kepercayaan yang positif terhadap sistem *paylater* dapat mempengaruhi niat perilaku penggunaannya. Dalam konteks teknologi pembayaran, kepercayaan pada penyedia layanan dapat mengurangi risiko yang dirasakan ([Mahliza, 2020](#)). Teori MTAM yang diutarakan oleh [Ooi & Tan \(2016\)](#) menyatakan bahwa kepercayaan memengaruhi Niat pengguna menggunakan *paylater*. Konsisten dengan penelitian sebelumnya, peneliti mengadopsi faktor Kepercayaan ini dan mengusulkan hipotesis berikut:

**H<sub>12</sub>: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*.**

Tingginya niat perilaku pengguna akan mempengaruhi tingkat penggunaan sistem ([Venkatesh et al., 2003](#)). Niat perilaku menggunakan memiliki arti keinginan seseorang dalam menggunakan sistem di masa yang akan datang. Individu akan memilih menggunakan sistem apabila muncul keinginan untuk menggunakan sistem tersebut. Niat perilaku menggunakan sebagai prediktor penggunaan sistem dalam berbagai model adopsi teknologi. Artinya, semakin tinggi Niat perilaku menggunakan *paylater*, maka tingkat penggunaan *paylater* juga semakin tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian ini berdasarkan hubungan antar variabel dan temuan riset sebagai berikut:

**H<sub>13</sub>: Niat perilaku menggunakan *paylater* berpengaruh positif terhadap penggunaan *paylater*.**

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah adalah pengguna *paylater* di Indonesia. Dalam laporan Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) pada bulan September 2021, terdapat sekitar 14,5 juta pengguna *paylater* di Indonesia. Jumlah pengguna *paylater* dapat berubah dari waktu ke waktu. Hal ini mengakibatkan pengguna *paylater* tidak memiliki informasi yang jelas berapa jumlah pastinya sehingga peneliti menggunakan model populasi tidak diketahui atau *infinite population*. Jumlah sampel menurut rumus *Lameshow* adalah sebesar 384,16 yang kemudian dibulatkan menjadi 400 orang dengan *margin error* sebesar 5% dan maksimal estimasi 50% ([Levy et al., 2011](#)). Teknis pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan syarat pernah bertransaksi menggunakan *paylater*. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala 5. Distribusi data rata-rata baik 5 ataupun 7 memiliki perbedaan yang kecil ([Dawes, 2008](#)). Mengacu pada hal tersebut, peneliti mempertimbangkan efisiensi waktu dalam pengisian kuisioner menggunakan 5 skala.



Definisi operasional masing-masing variable sebagai berikut:

187

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai tingkat sejauhmana seorang individu memiliki keyakinan menggunakan sistem akan membantu mencapai keuntungan dalam kinerja pekerjaan ([Venkatesh et al., 2003](#)). Parameter yang digunakan adalah mampu meningkatkan kinerja (*perceived usefulness*), memiliki manfaat relatif (*relative advantages*), dan kesesuaian untuk pekerjaan (*job-fit*).

Ekspektasi Usaha didefinisikan sebagai derajat kemudahan dalam menggunakan sistem ([Venkatesh et al., 2003](#)). Parameter yang digunakan mengacu pada penelitian tersebut adalah kemudahan penggunaan (*ease of use*), tingkat kesulitan (*complexity*), dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai derajat penentu individu menggunakan sistem baru karena percaya orang lain menggunakan sistem baru ([Venkatesh et al., 2003](#)). Parameter yang digunakan mengacu penelitian tersebut adalah orang terdekat, kebiasaan masyarakat, lingkungan sekitar, dan pemerintah.

Kondisi memfasilitasi didefinisikan sejauh mana individu percaya bahwa fasilitas infrastruktur yang tersedia mendukung penggunaan sistem ([Venkatesh et al., 2003](#)). Parameter yang digunakan mengacu pada penelitian tersebut adalah sumber daya, pengetahuan, dan bantuan.

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai derajat kesenangan yang diperoleh dari menggunakan teknologi ([Venkatesh et al., 2012](#)). Parameter yang digunakan adalah menyenangkan, menarik, dan menghibur.

Kebiasaan didefinisikan sebagai tingkat sejauh mana individu cenderung melakukan penggunaan teknologi secara langsung sehingga mempengaruhi niat perilaku ([Venkatesh et al., 2012](#)). Parameter yang digunakan adalah kebiasaan, ketagihan, keharusan, dan kewajaran.

Orientasi penghematan waktu didefinisikan sebagai derajat kepercayaan individu menggunakan sistem dapat menghemat waktu ([Dazmin, 2019](#)). Indikator yang digunakan dalam penelitian adalah menghemat waktu, mengurangi tenaga, dan efektif.

Biaya dirasakan didefinisikan adalah tingkat sejauh mana individu menerima Biaya yang dirasakan dalam transaksi menggunakan sistem pembayaran ([Dazmin, 2019](#)). Indikator yang digunakan dalam penelitian adalah biaya mahal, kendala keuangan, dan adanya penawaran khusus.

Risiko yang dirasakan didefinisikan sebagai derajat keyakinan subjektif atas produk atau layanan tertentu akan memicu kerugian saat digunakan ([Bauer, 1960](#)). Indikator penelitian ini diadopsi dari ([Al-Saedi et al., 2020](#)), terdiri atas tidak merasa aman, tidak merasa nyaman, dan terdapat potensi kesalahan.

Kepercayaan (*Trust*) didefinisikan sebagai kesediaan pengguna memiliki harapan terlepas dari kemampuan untuk memantau dan mengendalikan keadaan ([Mayer et al., 1995](#)). ([Bauer, 1960](#)). Indikator penelitian ini diadopsi dari ([Al-Saedi et al., 2020](#)), terdiri atas dapat dipercaya, terjaga, dan dapat diandalkan.

Niat perilaku didefinisikan sebagai derajat minat seseorang atau faktor yang memotivasi seseorang dan mengukur seberapa besar usaha yang bersedia dikeluarkan untuk melakukan suatu perilaku ([Fishbein & Ajzen, 1975](#); [Sivathanu, 2019](#); [Venkatesh et al., 2003](#)). Indikator penelitian ini diadopsi dari ([Al-Saedi et al., 2020](#)), terdiri atas keinginan penggunaan (*intention*

to use), usaha untuk menggunakan (*effort to use*), dan rencana penggunaan di masa depan (*plan for future use*).

Perilaku Penggunaan didefinisikan sebagai derajat penggunaan (Fishbein & Ajzen, 1975; Sivathanu, 2019; Venkatesh et al., 2003). Indikator frekuensi penggunaan dan lama menggunakan.

Dalam mencegah bias penelitian, peneliti melakukan pengujian bias metode umum. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu keinginan mengevaluasi dan memodelkan hubungan sebab-akibat antar variabel sehingga dapat mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung antar variable menjadi alasan pemilihan teknis analisis. Alat analisis yang dipakai adalah kombinasi metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan *Analysis of Neural Network* (ANN). SEM merupakan model yang menguji hubungan sebab-akibat yang direpresentasikan berdasarkan model teoritis atau model konseptual (Wang & Rhemtulla, 2021). Akan tetapi, SEM hanya menguji model linier. Berdasarkan limitasi tersebut, peneliti menggunakan pendekatan ANN untuk menguji hubungan non-linier dalam model penelitian yang diusulkan (Nezu et al., 2022). Tahapan SEM terdiri atas pengujian outer model dan inner model. Pemodelan ANN terhadap variabel laten yang memiliki hubungan jalur yang signifikan dari hasil PLS-SEM. Nilai Variabel laten di gunakan sebagai data input dan output dalam ANN. Pemodelan ini diawali dengan mendefinisikan data input dan data output, merancang konstruk ANN, melakukan proses *training*. Berikut model struktural dalam penelitian ini:

Model	Persamaan Struktural
Model Pengujian Pengaruh Ekspektasi Kinerja (EK), Ekspektasi Usaha (EU), Pengaruh Sosial (PS), Kondisi Memfasilitasi (KM), Motivasi Hedonis (MH), Kebiasaan (H), Orientasi Penghematan Waktu (OPW), Biaya yang Dirasakan (BD), Risiko yang Dirasakan (RD), Kepercayaan (I) terhadap Niat Perilaku (NP)	$NP = \beta_1 EK + \beta_2 EU + \beta_3 PS + \beta_4 KM + \beta_5 MH + \beta_6 H + \beta_7 OPW + \beta_8 BD + \beta_9 RD + \beta_{10} T + e$
Model Pengujian Pengaruh Nilai Perilaku (NP) terhadap Perilaku Penggunaan (PP)	$PP = \beta_{11} NP + e$
Model Pengujian Pengaruh Kondisi Memfasilitasi terhadap Perilaku Penggunaan (PP)	$PP = \beta_{12} KM + e$
Model Pengujian Pengaruh Kebiasaan terhadap Perilaku Penggunaan (PP)	$PP = \beta_{13} KM + e$

**Tabel 2.**  
Model  
Persamaan  
Struktural

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

189

Metode *Structural Equation Modeling-Artificial Neural Network* (SEM-ANN) untuk menggunakan model konseptual dan menganalisis adanya hubungan *linier* dan *non linier*. Analisis SEM yang digunakan adalah *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pendekatan analitis terdiri atas model pengukuran (validitas dan reabilitas) dan dilanjutkan dengan penilaian model struktural (pengujian hipotesis yang dirumuskan). Dalam hal ini, model pengukuran menentukan bagaimana setiap konstruk diukur, sedangkan model struktural menilai konstruk-konstruk tersebut berhubungan satu sama lain dalam model struktural.

Responden studi ini terdiri dari 448 tanggapan pengguna *paylater* di Indonesia. Tabel 3. menggambarkan karakteristik peserta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 49,78% adalah laki-laki (N=223), sedangkan sisanya perempuan (N=225). Selanjutnya kategori usia responden adalah sebagai berikut: 10,49% berusia antara 18 dan 20, 40,18% berusia antara 21 dan 30, 38,39% berusia 31 sampai 40, dan 10,94% usia 41 sampai 50. Berdasarkan background pendidikan pengguna, hasil penelitian menunjukkan bahwa 18,08% berpendidikan SMA, 16,29% berpendidikan D3, 24,33% berpendidikan S1/D4, 20,54% berpendidikan S2, dan 20,76% berpendidikan lainnya. Selain itu, 21% memiliki pemasukan dibawah Rp1.500.000, 28% memiliki pemasukan antara Rp1.500.001 dan Rp2.500.000, 23% memiliki pemasukan antara Rp2.500.001 dan 3.500.000, dan 28% lebih dari Rp3.500.000.

Karakteristik	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	223	49.78%
Perempuan	225	50.22%
Umur		
18-20	47	10.49%
21-30	180	40.18%
31-40	172	38.39%
41-50	49	10.94%
Pendidikan Terakhir		
SMA	81	18.08%
D3	73	16.29%
S1/D4	109	24.33%
S2	92	20.54%
Lainnya	93	20.76%
Rentang Pemasukan per Bulan		
dibawah Rp 1.500.000	93	21%
Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	128	28%
Rp 2.500.001 - Rp 3.500.000	102	23%
Lebih dari Rp 3.500.000	125	28%

**Tabel 3.**  
Karakteristik Responden

Dalam memastikan bahwa data yang dikumpulkan tidak mengandung bias metode umum (CMB), dua belas item ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan, orientasi penghematan waktu, biaya dirasakan, risiko dirasakan, kepercayaan, niat perilaku, dan perilaku penggunaan diuji menggunakan faktor tunggal harman. Hasil analisis menunjukkan bahwa varians terbesar yang dijelaskan oleh faktor tunggal mencapai 29,27%, dibawah nilai yang disarankan yaitu 50% (Podsakoff et al., 2003). Oleh karena itu, data yang dikumpulkan tidak menunjukkan keawatiran dalam bias metode umum.

Sebelum pengujian hipotesis pada model struktural, evaluasi *outer* model harus dikonfirmasi. Pertimbangan untuk pemeriksaan model pengukuran adalah memastikan ukuran yang dikenakan tepat dan mendukung model teoritis yang digunakan. Penilaian model pengukuran meliputi pengujian reliabilitas (*Cronbach's Alpha* dan reliabilitas komposit) dan validitas (validitas konvergen dan diskriminan). Tabel 4. menunjukkan hasil pengujian reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0,725 dan 0,936, semua nilai lebih tinggi dari nilai ambang batas 0,7. Kesimpulan tersebut menyebutkan bahwa nilai reliabilitas komposit berkisar antara 0,842 dan 0,963, menunjukkan nilai lebih tinggi dari nilai disarankan yaitu 0,7. Oleh karena itu, keandalan konsistensi internal dalam *Cronbach's Alpha* dan Reliabilitas Komposit **dikonfirmasi**.

Konstruk	Indikator	Nilai Loading	<i>Cronbach's Alfa</i>	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstraksi (AVE)
Ekspektasi Kinerja	EK1	0.848	0.929	0.954	0,795
	EK2	0.939			
	EK3	0.921			
	EK4	0.880			
	EK5	0.866			
Ekspektasi Usaha	EU1	0.965	0.772	0.898	0,874
	EU2	0.947			
	EU3	0.892			
Pengaruh Sosial	PS1	0.953	0.899	0.936	0,866
	PS2	0.913			
	PS3	0.972			
	PS4	0.881			
Kondisi Memfasilitasi	KM1	0.760	0.725	0.842	0,640
	KM2	0.835			
	KM3	0.802			
Motivasi Hedonis	MH1	0.871	0.901	0.866	0,692
	MH2	0.902			
	MH3	0.926			
Kebiasaan	H1	0.841	0.948	0.963	0,714
	H2	0.907			
	H3	0.852			
	H4	0.801			

Konstruk	Indikator	Nilai <i>Loading</i>	<i>Cronbach's Alfa</i>	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstraksi (AVE)
Orientasi Penghematan Waktu	OPW1	0.909	0.931	0.948	0,822
	OPW2	0.948			
	OPW3	0.934			
	OPW4	0.852			
Biaya Dirasakan	BD1	0.918	0.936	0.951	0,832
	BD2	0.946			
	BD3	0.906			
	BD4	0.854			
Risiko Dirasakan	RD1	0.916	0.931	0.951	0,829
	RD2	0.939			
	RD3	0.877			
Kepercayaan	T1	0.937	0.921	0.944	0,829
	T2	0.875			
	T3	0.946			
	T4	0.883			
Niat Perilaku Penggunaan	NP1	0.931	0.867	0.909	0,809
	NP2	0.919			
	NP3	0.823			
	NP4	0.921			
Prilaku Penggunaan	PP1	0.896	0.933	0.952	0,814
	PP2	0.885			

**Tabel 4.**  
Hasil Model Pengukuran

Validitas konvergen mengacu pada pengukuran indikator pembentuk konstruk. Dalam penelitian ini, loading faktor dan rata-rata varian diekstraksi (AVE) dihitung dalam validitas konvergen. Berdasarkan Tabel 4, nilai faktor *loading* telah memenuhi persyaratan karena lebih tinggi dari nilai yang direkomendasikan yaitu 0,7. Hasil pada Tabel 4 juga menunjukkan bahwa nilai AVE berkisar antara 0,640 dan 0,874, artinya lebih tinggi dari nilai yang disarankan yaitu 0,5. Berdasarkan hasil ini, validitas konvergen **dikonfirmasi**.

Untuk pengukuran validitas diskriminan, (Henseler et al., 2015) telah mengusulkan kriteria baru untuk menilai validitas diskriminan yang dikenal sebagai “*Rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT)*”. Penelitian ini menggunakan kriteria HTM untuk menilai validitas diskriminan. Berdasarkan kriteria HTMT terpenuhi karena semua nilai berada di bawah nilai disyaratkan yaitu 0,9. Sesuai dengan hasil ini, validitas diskriminan **terpenuhi**.

Model struktural merupakan langkah selanjutnya setelah mengonfirmasi model pengukuran. Teknik perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan koefisien jalur melalui prosedur *bootstrap* sebanyak 3000 sampel ulang. Analisis *R-Square* ( $R^2$ ) bertujuan menguraikan besaran proporsi variasi dari variabel dependen dielaborasi oleh variabel independen. Kriteria pengukuran  $R^2$  yaitu lebih dari sama dengan 0,67 dengan predikat tinggi, lebih dari sama dengan 0,33 dengan predikat moderat, dan lebih dari sama dengan 0,19 berpredikat rendah (Sholihin & Ratmono, 2021). Hasil  $R^2$  pada konstruk Niat Perilaku Penggunaan sebesar 0,865, berarti variabel independen dalam model ini mampu menjelaskan Niat Perilaku Penggunaan sebesar



86,5% dan 13,5% digambarkan oleh variabel lain diluar penelitian. Sementara konstruk Perilaku Penggunaan mampu dijelaskan sebesar 55,7% yang berarti moderat. Seperti ditunjukkan pada Tabel 5 dan Gambar 1, penilaian model struktural memberikan indikasi pengujian hipotesis. Perhitungan mengenai Biaya dirasakan dan Risiko dirasakan memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*. Dengan demikian, H<sub>10</sub> ( $\beta=-0.147, t=4.555$ ) dan H<sub>11</sub> ( $\beta=-0.109, t=3.979$ ) didukung.

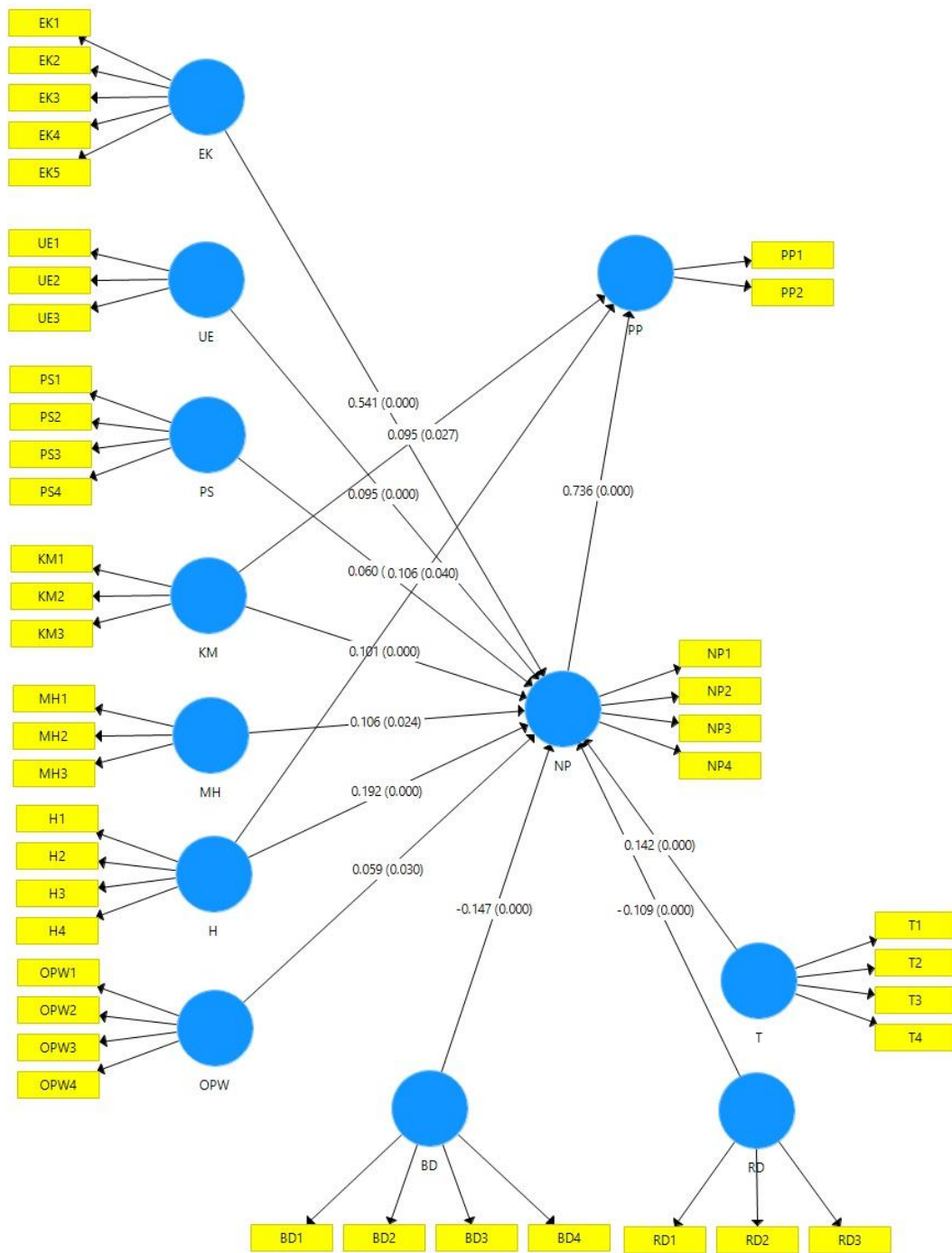
Selain itu, model structural mencatat ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, kebiasaan, orientasi penghematan waktu, dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *paylater* sehingga H<sub>1</sub> ( $\beta=0.541, t=15.566$ ), H<sub>2</sub> ( $\beta=0.095, t=3.900$ ), H<sub>3</sub> ( $\beta=0.060, t=2.105$ ), H<sub>4</sub> ( $\beta=0.101, t=3.083$ ), H<sub>6</sub> ( $\beta=0.106, t=2.073$ ), H<sub>8</sub> ( $\beta=0.106, t=1.687$ ), H<sub>9</sub> ( $\beta=0.059, t=1.820$ ), dan H<sub>12</sub> ( $\beta=0.142, t=6.049$ ) didukung. Sementara itu, kondisi memfasilitasi dan kebiasaan juga terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku penggunaan *paylater* H<sub>5</sub> ( $\beta=0.095, t=1.842$ ), H<sub>7</sub> ( $\beta=0.192, t=7.001$ ). Niat Perilaku Penggunaan sebagai penghubung pada perilaku penggunaan pun terbukti H<sub>13</sub> ( $\beta=0.736, t=13.207$ ).

Tahap selanjutnya adalah pengujian *Artificial Neural Network*. Pengujian *Artificial Neural Network* dilakukan menggunakan SPSS dengan ANN *multilayer perceptron network*. *Artificial Neural Network* memiliki lapisan tersembunyi yang berperan sebagai pembangkit jumlah *neuron* pada lapisan tersembunyi. Penelitian ini menempatkan 30% data untuk pengujian dan 70% untuk pelatihan, serta metode validasi silang 10 kali untuk mencegah *over-fitting* pada model ANN. Hasil yang dilaporkan nilai RMSE pelatihan sebesar 0,118 dan nilai RMSE pengujian sebesar 0,114. Sementara standar deviasi RSME pelatihan dan pengujian sebesar 0,003 dan 0,014. Terdapat sedikit variasi nilai RMSE sehingga model penelitian memiliki akurasi lebih tinggi.

Hipotesa		<i>p-value</i> < <i>alpha</i> 5%	<i>T Statistics</i>	Keputusan
H <sub>1</sub>	Ekspektasi Kinerja → Niat Perilaku	0.000	15.566	Diterima
H <sub>2</sub>	Ekspektasi Usaha → Niat Perilaku	0.000	3.900	Diterima
H <sub>3</sub>	Pengaruh Sosial → Niat Perilaku	0.018	2.105	Diterima
H <sub>4</sub>	Kondisi Memfasilitasi → Niat Perilaku	0.001	3.083	Diterima
H <sub>5</sub>	Kondisi Memfasilitasi → Perilaku Penggunaan	0.033	1.842	Diterima
H <sub>6</sub>	Motivasi Hedonis → Niat Perilaku	0.019	2.073	Diterima
H <sub>7</sub>	Kebiasaan → Niat Perilaku	0.000	7.001	Diterima
H <sub>8</sub>	Kebiasaan → Perilaku Penggunaan	0.046	1.687	Diterima
H <sub>9</sub>	Orientasi Penghematan Waktu → Niat Pengguna	0.035	1.820	Diterima
H <sub>10</sub>	Biaya Dirasakan → Niat Perilaku	0.000	4.555	Diterima
H <sub>11</sub>	Risiko Dirasakan → Niat Perilaku	0.000	3.979	Diterima
H <sub>12</sub>	Kepercayaan → Niat Perilaku	0.000	6.049	Diterima
H <sub>13</sub>	Niat Perilaku → Perilaku Penggunaan	0.000	13.207	Diterima

**Tabel 5.**  
Hasil  
Pengujian  
Hipotesis

Analisis sensitivitas digunakan dalam mengevaluasi kontribusi masing-masing rediktor terhadap perilaku individu dalam menerima dan menggunakan *paylater* di Indonesia. Analisis ini menggunakan perhitungan signifikansi yang ditetapkan dalam penetapan *persentase* dengan memisahkannya signifikansi relatif dari setiap input dengan kepentingan relatif optimal. Hasil ekspektasi kinerja sesuai dengan hasil pengujian SEM. Variabel pendukung niat perilaku lainnya sesuai dengan tingkat *persentasenya* terdiri atas Kebiasaan, Biaya Dirasakan, Kepercayaan, Risiko Dirasakan, Motivasi Hedonis, Kondisi Memfasilitasi, Ekspektasi usaha, Pengaruh Sosial, dan Orientasi Penghematan Waktu.



Gambar 1.  
Hasil Analisis Jalur

Faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku dalam model telah diterima secara keseluruhan. Berikut ini adalah penjelasan rinci mengenai faktor-faktor berpengaruh.

Ekspektasi kinerja telah dikonfirmasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*. Ekspektasi kinerja memiliki pengaruh yang lebih kuat daripada faktor-faktor penentu lainnya dalam memengaruhi niat pengguna menggunakan *paylater*. Temuan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan layanan *paylater* ([Adirinekso et al., 2020](#)). Dengan demikian ekspektasi kinerja didukung secara konsisten.

Temuan ekspektasi kinerja menjadi pendukung dalam proses adopsi sistem pembayaran *paylater*. Hal ini dikuatkan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan konsumen merasakan kesulitan dalam menggunakan layanan *paylater* di *platform* seperti Traveloka, GoJek, dan OVO dapat disimpulkan bahwa ekspektasi usaha memainkan peran penting dalam membentuk niat konsumen untuk menggunakan fitur *paylater* ([Adirinekso et al., 2020](#)).

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa pengaruh sosial berdampak signifikan terhadap niat perilaku. Dimana fakta ini berlawanan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak signifikan memengaruhi niat menggunakan layanan *paylater*. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh rekomendasi atau pendapat orang lain bukan faktor yang signifikan dalam membentuk niat konsumen untuk menggunakan fitur *paylater* ([Adirinekso et al., 2020](#)). Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa konsumen memiliki keputusan sendiri dalam menentukan metode pembayaran dan tidak beracuan pada orang lain.

Kondisi memfasilitasi memberikan efek signifikan terhadap niat perilaku. Kondisi ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh ([Adirinekso et al., 2020](#); [Al-Saedi et al., 2020](#); [Dazmin, 2019](#); [Hanif & Lallie, 2021](#); [Indrawati & Al Azim, 2022](#); [Nuru, 2020](#); [Vinerean et al., 2022](#); [Yang et al., 2022](#); [Zhong et al., 2021](#)). Kondisi memfasilitasi memiliki pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku penggunaan *paylater* sesuai yang telah dirumuskan dalam H<sub>5</sub>. Sesuai dengan penelitian [Venkatesh et al. \(2003\)](#) yang mencoba dikaji ulang oleh [Venkatesh et al. \(2012\)](#) menunjukkan konsistensi hubungan antara kondisi memfasilitasi dan perilaku penggunaan. Adanya fasilitas yang dimiliki oleh user aplikasi mendukung perilaku penggunaan *paylater*.

Hasil penelitian mendukung H<sub>6</sub>, hal ini menguraikan motivasi hedonis berhubungan positif dengan meningkatnya niat perilaku penggunaan *paylater*. Dalam melakukan pembayaran menggunakan *paylater* konsumen memiliki pengalaman yang menyenangkan dan penggunaan layanan *paylater* meningkatkan jumlah transaksi yang dilakukan ([Adirinekso et al., 2020](#)). Oleh karena itu, fasilitas *paylater* yang disediakan oleh perusahaan memiliki dua peran yaitu konsumen mendapatkan layanan yang baik, dan perusahaan akan menunjukkan kinerja fasilitas yang memadai.

Hipotesis 7 dan Hipotesis 8 digunakan untuk mengetahui apakah kebiasaan berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perilaku penggunaan. Penelitian ini menemukan bahwa hasil penelitian mendukung H<sub>7</sub> dan H<sub>8</sub>. Hasil ini konsisten dengan temuan penelitian tentang penggunaan sistem pembayaran ([Adirinekso et al., 2020](#); [Dazmin, 2019](#); [Indrawati & Al Azim, 2022](#); [Nuru, 2020](#)).

Hipotesis orientasi penghematan waktu menyatakan orientasi penghematan waktu berpengaruh positif terhadap niat perilaku penggunaan sistem telah sesuai penelitian pendahulu ([Dazmin, 2019](#); [Indrawati & Al Azim, 2022](#); [Nuru, 2020](#)). Dalam hal ini berarti seseorang akan menggunakan *paylater* ketika dianggap mudah dan cepat dalam melakukan

transaksi keuangan sehingga pengguna dapat menghemat waktu yang digunakan. Hal ini juga didukung karena adanya perubahan gaya hidup berbelanja *online* ([Dewi Sri Woelandari Pantjolo et al., 2022](#)). Penelitian tersebut juga mendukung orientasi penghematan waktu.

Berbeda dengan sebelumnya,  $H_{10}$  dan  $H_{11}$  digunakan untuk mengetahui hubungan negatif biaya dirasakan dan risiko dirasakan dengan niat perilaku menggunakan *paylater*. Biaya Dirasakan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*. biaya administrasi dan instalment menggunakan sistem pembayaran *paylater* yang mahal cenderung mendorong konsumen *e-commerce* untuk tidak menggunakan pembayaran dengan *paylater* sesuai dengan penelitian terdahulu yang turut disampaikan oleh [Dazmin, \(2019\)](#), dan [Nuru, \(2020\)](#). Masyarakat Indonesia cenderung menggunakan *paylater* untuk memenuhi kebutuhan mendesak. Sama halnya dengan biaya dirasakan, risiko dirasakan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat perilaku penggunaan *paylater*. Risiko yang muncul akibat penggunaan sistem pembayaran adalah pengaturan keuangan terganggu, terdapat biaya yang tidak disadari, perilaku konsumtif berlebihan, dan peretasan identitas. Dampak negatif risiko Dirasakan mendukung pengembangan UTAUT 2 dengan menambahkan variabel Risiko Dirasakan sesuai dengan penelitian ([Dazmin, 2019](#); [Indrawati & Al Azim, 2022](#)). Pendapat ini tidak didukung oleh [Al-Saedi et al., \(2020\)](#); [Liébana-Cabanillas et al., \(2021\)](#), dimana penelitian yang dilakukan tidak memiliki pengaruh signifikan.

Kepercayaan dilaporkan sebagai salah satu anteseden essensial dari niat perilaku penggunaan teknologi *smartphone*. Hal ini turut diutarakan oleh [Liébana-Cabanillas et al. \(2021\)](#). Kepercayaan merupakan lawan dari Risiko Dirasakan. Ketika seseorang merasa risiko terlalu besar, maka menurunkan tingkat kepercayaan pada penggunaan *paylater*. Pertimbangan keamanan merupakan pertimbangan yang sangat penting bagi pengguna sistem pembayaran. Hasil penelitian ini turut mendukung peneliti sebelumnya yang menjelaskan mengenai pengaruh kepercayaan terhadap niat perilaku dalam mengembangkan teori UTAUT 2 oleh [Al-Saedi et al., \(2020\)](#); [Hanif & Lallie, \(2021\)](#); [Ooi & Tan, \(2016\)](#); [Vinerean et al., \(2022\)](#).

Hipotesis 13 yaitu Niat perilaku penggunaan mempengaruhi perilaku penggunaan *paylater*. Sepandangan dengan penelitian Venkatesh et al. (2012) menyampaikan bahwa niat perilaku penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan. Hal ini menunjukkan kesesuaian bahwa semakin tinggi niat perilaku penggunaan *paylater* akan semakin tinggi pula perilaku penggunaan *paylater*. pembayaran *paylater* dengan cara yang efisien dan bermanfaat. Dalam penelitian ini telah mengonfirmasi niat perilaku penggunaan sebagai variabel mediasi yang memberikan hubungan tidak langsung perilaku penggunaan.

## SIMPULAN

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami faktor-faktor bermakna dalam penerimaan dan penggunaan *paylater* di Indonesia. Faktor dominan, yaitu ekspektasi kinerja, menjadi kunci dalam membentuk niat perilaku penggunaan *paylater*. Ekspektasi kinerja yang tinggi menciptakan motivasi positif untuk mengadopsi *paylater*, dan hal ini diperkuat oleh faktor-faktor lain seperti ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi memfasilitasi, motivasi hedonis, kebiasaan, dan kepercayaan. Niat perilaku sebagai faktor penghubung yang mampu mengonversikan faktor-faktor pembentuk niat perilaku dengan perilaku penggunaan.

Namun, risiko dirasakan dan biaya dirasakan muncul sebagai faktor-faktor yang dapat menghambat niat perilaku penggunaan *paylater*. Kesadaran akan risiko dan biaya yang terkait dapat mempengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan *paylater*. Oleh karena itu, strategi pengurangan risiko dan biaya dapat menjadi langkah-langkah yang efektif dalam

meningkatkan penerimaan *paylater*.

Implikasi penelitian ini dengan memberikan pertimbangan terhadap faktor internal dan eksternal sistem yang merupakan langkah relevan dalam pengembangan sistem *user-friendly* (ramah pengguna). Faktor internal, seperti ekspektasi, motivasi, kebiasaan, dan kepercayaan pengguna, sangat memengaruhi bagaimana mereka berinteraksi dengan teknologi ini. Studi ini memberikan kognisi mendetail tentang bagaimana pengguna merespons dan berinteraksi dengan *paylater*.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak mengetahui respon dari penerima *link* kuisisioner tidak diketahui secara langsung. Apakah responden menjawab dengan jujur atau tidak. Selain itu, penyebaran *link* terbatas pada responden dalam jangkauan peneliti. Beracuan pada kesimpulan dan keterbatasan penelitian, berikut adalah saran untuk penelitian selanjutnya menggunakan jenis penelitian longitudinal sehingga dapat mengonfirmasi bias penelitian pada kurun waktu tertentu serta pemahaman mendalam terhadap perilaku responden disertai dengan metode pengumpulan data wawancara dan observasi.

Variabel	Kode	Pertanyaan	Sumber
Ekspektasi Kinerja	EK1	<i>Paylater</i> mengoptimalkan transaksi keuangan.	(Gupta et al., 2019; Sivathanu, 2019; Venkatesh et al., 2003)
	EK2	Menggunakan <i>paylater</i> bermanfaat dalam proses pembelian <i>online</i> .	
	EK3	Menggunakan <i>paylater</i> sesuai untuk proses pembelian <i>online</i> .	
	EK4	<i>Paylater</i> memiliki keuntungan lebih dibandingkan sistem pembayaran lainnya.	
	EK5	<i>Paylater</i> meningkatkan kinerja saya.	
Ekspektasi Usaha	EU1	<i>Paylater</i> dapat di pelajari dengan mudah tanpa atau dengan pelatihan dari pihak lain.	(Gupta et al., 2019; Sivathanu, 2019; Venkatesh et al., 2003)
	EU2	Mebutuhkan waktu yang singkat untuk beradaptasi melakukan pembayaran dengan <i>paylater</i> .	
	EU3	Saya tidak memiliki kesulitan dalam memahami cara penggunaan <i>paylater</i> .	
Pengaruh Sosial	PS1	Saya akan menggunakan <i>paylater</i> jika didorong oleh orang-orang terdekat saya.	(Gupta et al., 2019; Sivathanu, 2019; Venkatesh et al., 2003)
	PS2	Saya akan menggunakan <i>paylater</i> karena sebagian besar orang lainnya menggunakannya.	
	PS3	Lingkungan sekitar saya mempengaruhi saya untuk menggunakan <i>paylater</i> .	
	PS4	Pemerintah meyakinkan saya bahwa menggunakan <i>paylater</i> dapat membuat usaha saya lebih mudah mendapat kepercayaan daripada tidak menggunakan <i>paylater</i> .	
Kondisi Memfasilitasi	KM1	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan untuk menggunakan <i>paylater</i> .	(Gupta et al., 2019; Sivathanu, 2019; Venkatesh et al., 2003)
	KM2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan <i>paylater</i> .	
	KM3	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan menggunakan <i>paylater</i> .	
Motivasi Hedonis	MH1	Saya merasa senang menggunakan <i>paylater</i> .	(Venkatesh et al., 2012)
	MH2	Saya menikmati menggunakan <i>paylater</i> .	
	MH3	Saya terhibur menggunakan <i>paylater</i> .	



Variabel	Kode	Pertanyaan	Sumber
Kebiasaan	H1	Saya terbiasa menggunakan <i>paylater</i> .	(Venkatesh et al., 2012)
	H2	Saya kecanduan menggunakan <i>paylater</i> .	
	H3	Saya harus menggunakan <i>paylater</i> .	
	H4	Menggunakan <i>paylater</i> wajar bagi saya.	
Orientasi Penghematan Waktu	OPW1	Menggunakan <i>paylater</i> tidak terjadi <i>delay</i> .	(Dazmin, 2019)
	OPW2	Menggunakan <i>paylater</i> menghemat waktu transaksi.	
	OPW3	Menggunakan <i>paylater</i> mengurangi tenaga.	
	OPW4	Menggunakan <i>paylater</i> meningkatkan efektivitas transaksi pembayaran <i>online</i> .	
Biaya Dirasakan	BD1	Saya yakin biaya layanan dan biaya bunga menggunakan <i>paylater</i> sangat mahal.	(Al-Saedi et al., 2020)
	BD2	Saya tidak akan menghadapi kendala keuangan dalam menggunakan <i>paylater</i> (misalnya denda keterlambatan, biaya komunikasi, dan biaya telepon).	
	BD3	Menurut saya, menggunakan pembayaran <i>paylater</i> menarik saat penyedia menawarkan bonus dan diskon.	
	BD4	Saya ingin menggunakan <i>paylater</i> walaupun biaya layanannya tidak masuk akal.	
Risiko Dirasakan	RD1	Saya akan merasa terlindungi saat memberikan informasi pribadi melalui <i>paylater</i>	(Al-Saedi et al., 2020)
	RD2	Saya akan merasa nyaman dengan penggunaan layanan <i>paylater</i> karena orang lain mungkin dapat mengakses data saya.	
	RD3	Tidak ada potensi terjadi kesalahan saat menggunakan <i>paylater</i> .	
Kepercayaan	T1	<i>Paylater</i> dapat dipercaya.	(Al-Saedi et al., 2020)
	T2	Saya percaya bahwa semua data transaksi bersifat rahasia.	
	T3	Saya percaya bahwa saya akan mendapatkan pesan konfirmasi segera setelah transaksi selesai.	
	T4	Saya berharap <i>paylater</i> dapat diandalkan.	
Niat Perilaku	NP1	Saya bermaksud menggunakan <i>paylater</i> di masa mendatang.	(Al-Saedi et al., 2020)
	NP2	Saya ingin tahu lebih banyak mengenai penggunaan sistem pembayaran.	
	NP3	Saya berharap untuk sering menggunakan <i>paylater</i> .	
	NP4	Saya berharap akan menggunakan <i>paylater</i> dalam kehidupan sehari-hari saya.	
Perilaku Penggunaan	PP1	Berapa kali Anda telah menggunakan <i>paylater</i>	(Al-Saedi et al., 2020)
	PP2	Berapa lama Anda menggunakan <i>paylater</i>	

DAFTAR PUSTAKA

Abrahão, R. d. S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). *Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*. RAI Revista de Administração e Inovação, 13(3), 221-230. <https://doi.org/10.1016/j.rai.2016.06.003>

- Adirinekso, G. P., Purba, J. T., & Budiono, S. (2020). Measurement of performance, effort, social influence, facilitation, habit and hedonic motives toward pay later application intention: Indonesia evidence. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management,
- Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Ramayah, T., & Abusham, E. (2020). *Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption*. Technology in Society, 62. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Alkhalifah, A. (2021). *Understanding IoT Mobile Payment Adoption: An Incorporating the UTAUT Theory with the Trust Acceptance Model*.
- Bauer, R. A. (1960). Consumer Behaviour as Risk Taking. Dynamic marketing for a changing world. Proceedings of the 43rd National Conference of the American Marketing Association, Chicago,
- Belanche, D., Guinaliú, M., & Albás, P. (2022). *Customer adoption of p2p mobile payment systems: The role of perceived risk*. Telematics and Informatics, 72, 101851-101851. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101851>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Q., 13, 319-340.
- Dawes, J. (2008). *Do data characteristics change according to the number of scale points used? Marketing empirical generalisations View project Marketing Planning View project*. <https://www.researchgate.net/publication/312458209>
- Dazmin, D. (2019). *The Relationship Between Consumers' Price-Saving Orientation And Time-Saving Orientation Towards Food Delivery Intermediaries (FDI) Services: An Exploratory Study*. Global Scientific Journals, 7(2), 175-190.
- Dewi Sri Woelandari Pantjolo, G., Novita Wahyu, S., & Murti, W. (2022). *Consumer Experiences, Time Saving Orientation, and Price Saving Orientation on Actual Behavior to Use Application Online Food Delivery through Convenience Motivation*. East Asian Journal of Multidisciplinary Research, 1(11), 2549-2560. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i11.1989>
- Fabad, & Shahid, M. (2022). *Exploring the determinants of adoption of Unified Payment Interface (UPI) in India: A study based on diffusion of innovation theory*. Digital Business, 2(2). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2022.100040>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Chapter 1. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. In Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fisher, C., Holland, C., & West, T. (2021). *Developments in the Buy Now, Pay Later Market*. Reserve Bank of Australia Bulletin(March).
- Gupta, K. P., Manrai, R., & Goel, U. (2019). *Factors influencing adoption of payments banks by Indian customers: extending UTAUT with perceived credibility*. Journal of Asia Business Studies, 13(2), 173-195. <https://doi.org/10.1108/JABS-07-2017-0111>
- Hanif, Y., & Lallie, H. S. (2021). *Security factors on the intention to use mobile banking applications in the UK older generation (55+). A mixed-method study using modified UTAUT and MTAM - with perceived cyber security, risk, and trust*. Technology in Society, 67. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101693>
- Hapsari, D., Saptono, H., & Widanarti, H. (2019). *Kedudukan E-Commerce Dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*. DIPONEGORO LAW JOURNAL, 8, 211-223. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/dlr/>

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*. Journal of the Academy of Marketing Science, 43(1). <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hidayat, M. T., Aini, Q., & Fetrina, E. (2020). *Penerimaan Pengguna E-Wallet Menggunakan UTAUT 2 (Studi Kasus) (User Acceptance of E-Wallet Using UTAUT 2-A Case Study)* (Jurnal Nasional Teknik Elektro dan Teknologi Informasi, Issue).
- Indrawati, & Al Azim, M. Y. (2022). *Factors of Modified UTAUT2 Model Influencing Customer Decisions in Adopting an Application*. Italianisch, 12, 483-492.
- Kalinić, Z., Liébana-Cabanillas, F. J., Muñoz-Leiva, F., & Marinković, V. (2020). *The moderating impact of gender on the acceptance of peer-to-peer mobile payment systems*. International Journal of Bank Marketing, 38(1), 138-158. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2019-0012>
- Kaur, P., Dhir, A., Singh, N., Sahu, G., & Almotairi, M. (2020). *An innovation resistance theory perspective on mobile payment solutions*. Journal of Retailing and Consumer Services, 55. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102059>
- Khan, M., & Haque, S. (2020). *Impact of Buy Now-Pay Later Mechanism Through Installment Payment Facility and Credit Card Usage on the Impulsive Purchase Decision of Consumers: Evidence From Dhaka City* (Southeast University Journal of Arts and Social Sciences, Issue).
- Kurniawan, Y., Bhatara, R., & Anwar, N. (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, 31(14). [www.jatit.org](http://www.jatit.org)
- Levy, P., Lemeshow, S., & Ferketich, A. (2011). *Sampling of Populations: Methods and Applications, Fourth Edition*. [http://lst-iiiep.iiiep-unesco.org/cgi-bin/wwwi32.exe/\[in=epidoc1.in\]/?t2000=002779/\(100\)](http://lst-iiiep.iiiep-unesco.org/cgi-bin/wwwi32.exe/[in=epidoc1.in]/?t2000=002779/(100)), 42. <https://doi.org/10.2307/2348995>
- Liébana-Cabanillas, F., Singh, N., Kalinic, Z., & Carvajal-Trujillo, E. (2021). *Examining the determinants of continuance intention to use and the moderating effect of the gender and age of users of NFC mobile payments: a multi-analytical approach*. Information Technology and Management, 22(2), 133-161. <https://doi.org/10.1007/s10799-021-00328-6>
- Mahliza, F. (2020). *Consumer Trust In Online Purchase Decision*. EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)-Peer Reviewed Journal(2). <https://doi.org/10.36713/epra2013>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model Of Organizational Trust*. Academy of Management Review, 20(3). <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Nezu, T., Hosomi, N., Yoshimura, K., Kuzume, D., Naito, H., Aoki, S., Morimoto, Y., Kinboshi, M., Yoshida, T., Shiga, Y., Kinoshita, N., Furui, A., Tabuchi, G., Ueno, H., Tsuji, T., & Maruyama, H. (2022). *Predictors of Stroke Outcome Extracted from Multivariate Linear Discriminant Analysis or Neural Network Analysis*. Journal of Atherosclerosis and Thrombosis, 29(1). <https://doi.org/10.5551/jat.59642>
- Nuru, A. S. (2020). *Factors Influencing the Adoption of Mobile Banking Among the Bank Customers in Tanzania. A Case Study of KCB Bank*. A Dissertation Submitted in Partial/Fulfillment of the Requirements for Award of the Degree of Master of Business Administration in Corporate Management (MBA-CM) of Mzumbe University.
- OJK. (2022). *Statistik Fintech Lending* <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-April-2022.aspx>

- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems with Applications*,
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of Innovations: Modifications of a Model for Telecommunications. In M.-W. Stoetzer & A. Mahler (Eds.), *Die Diffusion von Innovationen in der Telekommunikation* (pp. 25-38). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-79868-9\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-79868-9_2)
- Sivathanu, B. (2019). *Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study*. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143-171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- Tamilmani, K., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Sahu, G. P., & Roderick, S. (2018). Exploring the role of 'price value' for understanding consumer adoption of technology: A review and meta-analysis of UTAUT2 based empirical studies. *Proceedings of the 22nd Pacific Asia Conference on Information Systems - Opportunities and Challenges for the Digitized Society: Are We Ready?*, PACIS 2018,
- Türker, C., Altay, B. C., & Okumuş, A. (2022). *Understanding user acceptance of QR code mobile payment systems in Turkey: An extended TAM*. *Technological Forecasting and Social Change*, 184. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121968>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies*. *Management Science*, 46(2). <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). *Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Vinerean, S., Budac, C., Baltador, L. A., & Dabija, D.-C. (2022). *Assessing the Effects of the COVID-19 Pandemic on M-Commerce Adoption: An Adapted UTAUT2 Approach*. *Electronics*, 11(8). <https://doi.org/10.3390/electronics11081269>
- Walfajri, M. (2019). OJK sebut Kerjasama P2P lending dan ecommerce libatkan 12 layanan pendukung. *Kontan*. [https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-sebut-kerjasama-p2p-lending-dan-ecommerce-libatkan-12-layanan-pendukung#google\\_vignette](https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-sebut-kerjasama-p2p-lending-dan-ecommerce-libatkan-12-layanan-pendukung#google_vignette)
- Wang, Y. A., & Rhemtulla, M. (2021). *Power Analysis for Parameter Estimation in Structural Equation Modeling: A Discussion and Tutorial*. *Advances in Methods and Practices in Psychological Science*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2515245920918253>
- Yang, C. C., Li, C. L., Yeh, T. F., & Chang, Y. C. (2022). *Assessing Older Adults' Intentions to Use a Smartphone: Using the Meta-Unified Theory of the Acceptance and Use of Technology*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph19095403>
- Zhang, M. Y., & Williamson, P. (2021). *The emergence of multiplatform ecosystems: insights from China's mobile payments system in overcoming bottlenecks to reach the mass market*. *Technological Forecasting and Social Change*, 173. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121128>
- Zhong, Y., Oh, S., & Moon, H. C. (2021). *Service transformation under industry 4.0: Investigating acceptance of facial recognition payment through an extended technology acceptance model*. *Technology in Society*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101515>