

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. Hasil Analisis Data**

Penelitian ini memiliki sampel sebanyak 120 orang responden yang merupakan pengguna aktif Shopee *PayLater* yang berdomisili di Tangerang Selatan. Data didapatkan dengan cara membagikan kuesioner *online* melalui *link google form* untuk memperoleh informasi langsung dari responden sesuai dengan obyek penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan nilai atau skor sesuai dengan yang ditentukan dengan menggunakan skala likert, kemudian dihitung hasil rata-rata dari variabel dengan merujuk skala likert untuk mengetahui interpretasi data yang ada.

#### **4.1.1. Karakteristik Responden**

Responden yang difokuskan dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif Shopee *PayLater*, minimal berusia 17 tahun, dan berdomisili di Tangerang Selatan sehingga peneliti membagikan kuesioner yang terkait dengan topik dan judul penelitian “Pengaruh Manfaat Yang Dipersepsi Dan Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi Terhadap Intensi Untuk Terus Menggunakan Metode Pembayaran Shopee *Paylater* (Studi Kasus Pada Masyarakat Tangerang Selatan)” kepada 120 responden.

Peneliti menyebarkan kuesioner bersifat pilihan yang diawali dengan bagian pertanyaan penyaring kuisisioner untuk mengkonfirmasi bahwa responden sesuai dengan kriteria sampel penelitian (Responden merupakan pengguna Shopee *PayLater*, usia  $\geq 17$  tahun, berdomisili di Tangerang Selatan), lalu bagian identitas responden (Jenis kelamin, usia, dan profesi, durasi menggunakan Shopee *PayLater*), dan terakhir bagian pernyataan kuisisioner, responden penelitian memberikan jawaban dengan nilai atau skor menggunakan skala likert

#### 4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pria	31	25,8%
2.	Wanita	89	74,2%
<b>Jumlah</b>		120	100 %

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan hasil bahwa responden dengan jenis kelamin wanita lebih dominan dibanding laki-laki. Hal ini menunjukkan wanita cenderung tertarik menggunakan fitur Shopee *PayLater* dibandingkan dengan pria. Penelitian (Fanny & Sri, 2020) menghasilkan bahwa kalangan wanita lebih mendominasi penggunaan layanan pinjaman *online* karena penggunaannya yang mudah dan terpercaya sebab layanan tersebut telah terdaftar dan diawasi oleh OJK. Peneliti juga berasumsi bahwa wanita cenderung memiliki kebiasaan berbelanja online dan konsumtif. Metode pembayaran Shopee *PayLater* memberikan manfaat dan kemudahan dalam hal bertransaksi untuk menunjang aktivitas berbelanja secara *online*.

#### 4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	17-25 tahun	89	73,6 %
2.	≥25-50 tahun	32	26,4 %
<b>Jumlah</b>		120	100 %

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa responden dengan jumlah terbanyak ada pada pengguna berusia 17-25 tahun (89 orang) dengan presentase sebesar 73,6 %. Perusahaan ataupun *startup* sebagai pengembang solusi pembayaran *PayLater* melihat arah bisnis mereka menysasar kepada rentang usia 17-25 tahun. Usia ini merupakan usia produktif dan sangat terbuka terhadap

pengadopsian teknologi yang aktif dalam penggunaan internet dan smartphone (Hardhika & Huda, 2021)

#### 4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

**Tabel 4.3** Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	Mahasiswa	82	68,3%
2.	Pegawai	36	230%
3.	Lainnya	2	1,7%
<b>Jumlah</b>		120	100 %

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa pengguna Shopee *PayLater* terbanyak ada pada kategori mahasiswa yakni berjumlah 82 orang atau 68,3%. Mahasiswa menjadi salah satu bagian dari target market dari adanya kemajuan teknologi *PayLater*. Hal ini disebabkan, mahasiswa cenderung bersifat *sophisticated* yang berarti memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang. Kedua, terbuka dengan teknologi. Ketiga, memiliki kepribadian bebas atas apa yang diinginkan terhadap kebutuhan, dari kebiasaan tersebut (menggunakan layanan *PayLater*, dan berbelanja *online*) (Hardhika & Huda, 2021).

#### 4.1.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Shopee *PayLater*

**Tabel 4.4** Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Shopee *PayLater*

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	> 3 bulan	23	19%
2.	3 bulan-6 bulan	24	19,8%
3.	> 6 bulan	74	61,2%
<b>Jumlah</b>		120	100 %

Sumber : Diolah oleh Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa bahwa responden terbanyak menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater* selama lebih dari 6 bulan. Hal

tersebut kemungkinan dikarenakan para penggunanya telah berminat untuk menggunakan Shopee *PayLater* sebagai metode pembayaran secara berkelanjutan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sekarsari, 2018) yang menyatakan bahwa penggunaan layanan keuangan *digital* yang terus berminat menggunakan adalah pengguna yang telah menggunakan layanan lebih dari 6 bulan karena semakin lama mereka menggunakan maka semakin mereka termotivasi untuk terus menggunakannya.

Pernyataan ini juga didukung oleh *survey* yang dirilis oleh *DailySocial* pada bulan Desember 2021. Shopee *PayLater* merupakan layanan *PayLater* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sepanjang tahun 2021. Dengan persentase mencapai 78,4%. *GoPayLater* berada di urutan kedua dengan presentase (33,8%), Kredivo 23,2%, Akulaku (20,4%), Traveloka (8,6%), Indodana (3,3%) dan *Homecredit* (2,8%). Sisanya (0,4%) masyarakat menggunakan fitur *PayLater* di layanan lainnya, (Databoks, 2022).

#### **4.1.2. Statistik Deskriptif**

Pada penelitian ini statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan data yang sudah ada secara fakta apa adanya, dan tidak bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Nilai rata-rata (*mean*), simpangan baku (*standard deviation*), nilai minimum (*minimum*), dan nilai maksimal (*maximum*). Dalam penelitian ini *mean* merupakan nilai rata-rata dari keseluruhan responden, *standard deviation* ialah yang mendekati nol, Hal ini dapat disimpulkan bahwa jawaban responden tidak bervariasi, sedangkan *standard deviation* yang menjauhi nol yang berarti jawaban responden bervariasi. Nilai minimum ialah jawaban terendah berdasarkan skala likert yang telah ditetapkan pada penelitian ini (Rentang 1–5)

#### 4.1.2.1. Hasil Analisis Deskriptif Manfaat Yang Dipersepsi

**Tabel 4.5** Statistik Deskriptif Manfaat Yang Dipersepsi

Kode Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	120	3	5	4.31	.632
X1_2	120	2	5	4.07	.786
X1_3	120	3	5	4.22	.700
X1_4	120	3	5	4.39	.665
X1_5	120	2	5	4.27	.683

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Pada tabel 4.5 hasil statistik deskriptif diatas, bahwa rata-rata nilai dari variabel manfaat yang dipersepsi (X1) terbesar adalah 4.39. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan setuju terhadap pernyataan (X1\_4) “Transaksi pembayaran Shopee *PayLater* dapat digunakan kapan saja dan dimana saja”.

#### 4.1.2.2. Hasil Analisis Deskriptif Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi

**Tabel 4.6** Statistik Deskriptif Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi

Kode Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2_1	120	3	5	4.37	.673
X2_2	120	2	5	4.16	.686
X2_3	120	2	5	4.28	.735
X2_4	120	3	5	4.40	.653

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Pada tabel 4.6 hasil statistik deskriptif diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata nilai dari variabel kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) terbesar adalah 4.40. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan setuju terhadap pernyataan (X2\_4) yakni “Shopee *PayLater* memberikan kemudahan bagi pengguna” Secara keseluruhan responden memiliki jawaban yang beragam dari setiap pertanyaan yang terdapat di kuesioner, hal ini dibuktikan dengan nilai *standard deviation* yang jauh dari angka 0.

### 4.1.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Intensi Untuk Terus Menggunakan

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Intensi Untuk Terus Menggunakan

Kode Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y_1	120	2	5	4.10	.803
Y_2	120	2	5	4.13	.784
Y_3	120	2	5	4.18	.889

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Pada tabel 4.7 hasil statistik deskriptif diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata nilai dari variabel Intensi Untuk Terus Menggunakan terbesar adalah 4.18 pada (Y\_3) “Saya akan menggunakan Shopee *PayLater* secara berkelanjutan sebagai metode pembayaran di masa yang mendatang.” Dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini berminat untuk melanjutkan penggunaan metode pembayaran Shopee *PayLater* di masa mendatang karena manfaat dan kemudahan yang ditawarkan. Secara keseluruhan responden memiliki jawaban yang beragam dari setiap pertanyaan yang terdapat di kuesioner, hal ini dibuktikan dengan nilai *standard deviation* yang jauh dari angka 0.

#### 4.1.3. Uji Validitas

Uji validitas dilihat dengan menggunakan tabel *r product moment* atau biasa dikenal dengan  $r_{\text{tabel}}$ . Instrumen dalam penelitian dapat dikatakan *valid* ketika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ . Dimana  $r_{\text{tabel}}$  yang digunakan dalam uji penelitian ini didapati dengan rumus  $df = (N-2)$  dan taraf signifikannya sebesar 5%. Uji validitas dilakukan berdasarkan hasil menggunakan *software* SPSS versi 25 untuk dapat memastikan item pertanyaan *valid* dan tidak perlu dilakukan pengujian ulang.

Uji Validitas pada penelitian ini melewati dua tahap yakni *pre-test* (uji validitas pada 30 responden dengan  $r_{\text{tabel}}$  (0,361) dan *post-test* (uji validitas pada 120 responden atau menggunakan seluruh sampel data) dengan  $r_{\text{tabel}}$  (0,179).

**Tabel 4.8** Hasil Uji Valliditas (*Post-Test*)

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Manfaat Yang Dipersepsi (X1)</b>	X1_1	0,542	0,179	<i>Valid</i>
	X1_2	0,680	0,179	<i>Valid</i>
	X1_3	0,529	0,179	<i>Valid</i>
	X1_4	0,593	0,179	<i>Valid</i>
	X1_5	0,570	0,179	<i>Valid</i>
<b>Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi (X2)</b>	X2_1	0,736	0,179	<i>Valid</i>
	X2_2	0,717	0,179	<i>Valid</i>
	X2_3	0,727	0,179	<i>Valid</i>
	X2_4	0,626	0,179	<i>Valid</i>
<b>Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)</b>	Y_1	0,844	0,179	<i>Valid</i>
	Y_2	0,838	0,179	<i>Valid</i>
	Y_3	0,870	0,179	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

#### 4.1.4. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas, pernyataan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan *reliable* atau tidak *reliable* berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*. Kriteria suatu data dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) > 0,6 (Ghozali, 2019)

**Tabel 4.9** Hasil Uji Reliabilitas (*Post-Test*)

Variabel	Jumlah Item	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Manfaat Yang Dipersepsi (X1)	5	0.618	Reliabel
Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi (X2)	4	0.657	Reliabel

Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)	3	0.808	Reliabel
---	---	-------	----------

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

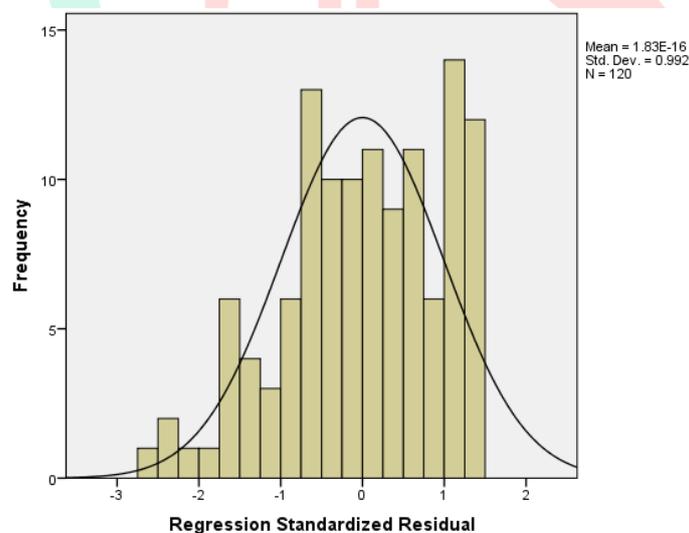
Berdasarkan hasil data diatas, dapat dilihat bahwa ketiga variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang berada diatas 0.6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh *item* kuesioner dalam ketiga variabel tersebut dinyatakan *reliable* dan layak digunakan untuk penelitian.

#### 4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas

###### A. Uji Normalitas Histogram

Uji Normalitas yang dilakukan pada penelitian ini ialah uji normalitas histogram, Normal Probability Plot, dan Kolmogorov-Smirnov. Uji Normalitas pada penelitian ini bertujuan untuk menguji data mempunyai distribusi normal atau tidak.

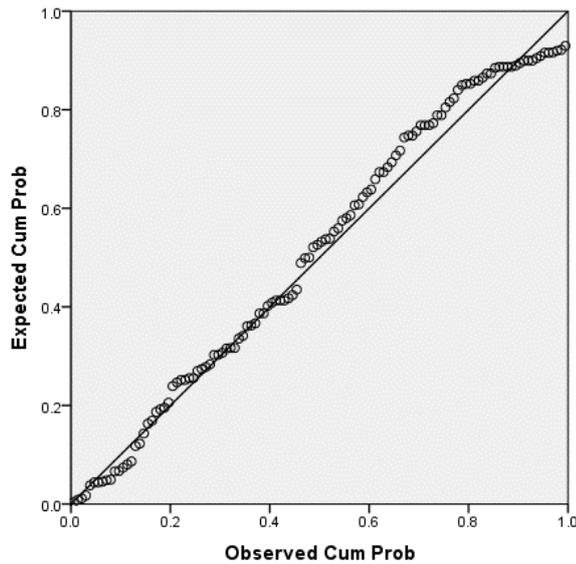


**Gambar 4.1** Hasil Uji Normalitas Histogram  
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, dapat dilihat hasil dari grafik histogram mengikuti arah garis grafik hitogramnya sehingga menyerupai kurva, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**B. Uji Normalitas *Normal Probability Plot***

Hasil uji normalitas juga dapat dilihat dengan melihat *normal probability plot*, dengan melihat penyebaran data (titik) di sekitar regresi. Dapat terlihat bahwa terdapat titik-titik menyebar diareal garis dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.



**Gambar 4.2** Hasil Uji Normalitas P-Plot  
 Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

**B. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***

**Tabel 4.10** Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.57331234
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.071
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078 <sup>c</sup>

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*, Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,078. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat kesalahan yang digunakan yaitu 0,05 maka disimpulkan data terdistribusi normal.

#### 4.1.6. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.971	2.195		5.454	.000		
	Manfaat yang dipersepsi (X1)	.497	.79	.384	2.472	.000	.774	1.292
	Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2)	.568	.129	.487	4.765	.000	.774	1.292

a. Dependent Variable: Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan hasil bahwa masing-masing variabel *independent* Manfaat yang dipersepsi (X1) dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) memiliki:

##### 1. Manfaat Yang Dipersepsi (X1)

Tolerance : 0,774 > 0,1

VIF : 1,292 < 10

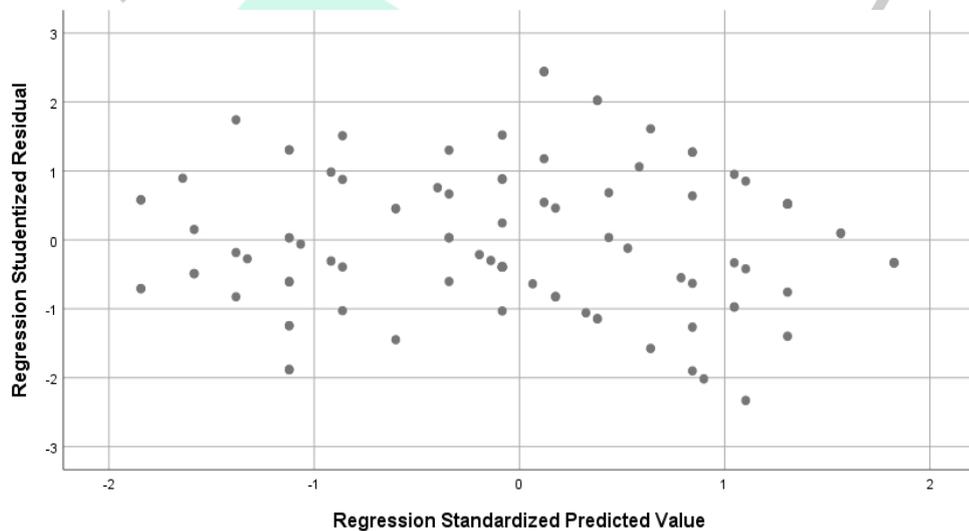
## 2. Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi (X2)

Tolerance :  $0,774 > 0,1$

VIF :  $1,292 < 10$

Dapat disimpulkan bahwa, variabel *independent* (X1) dan (X2) pada penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas, Hal ini dapat dilihat dari nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  sehingga data terkait dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### 4.1.7. Hasil Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 4.4** Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan output grafik *Scatterplots* di atas diketahui bahwa :

1. Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala pada heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Berdasarkan output grafik *Scatterplots* di atas diketahui bahwa :

1. Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala pada heteroskedastitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

#### 4.1.8. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.12** Hasil Uj Koefisien Korelasi

Correlations		
Manfaat yang dipersepsi (X1)	Pearson Correlation	0.493
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	120
Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2)	Pearson Correlation	0.568
	Sig. (2-tailed)	0.000
	N	120

Sumber : Hasil olah data SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil tabel uji koefisien korelasi di atas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Nilai dari *pearson correlation* untuk manfaat yang dipersepsi (X1) adalah sebesar 0,493 yang artinya bahwa hubungan antara manfaat yang dipersepsi (X1) dengan intensi untuk terus menggunakan (Y) atau memiliki korelasi lemah (Ghozali, 2018).
2. Nilai dari *pearson correlation* untuk kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) adalah sebesar 0,568 yang artinya bahwa hubungan antara kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) dengan intensi untuk terus menggunakan (Y) adalah kuat atau memiliki korelasi kuat (Ghozali, 2018).

#### 4.1.9. Hasil Uji Hipotesis

##### 4.1.9.1 Uji Regresi Sederhana (Uji T)

###### A. Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Sederhana digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini yakni pengujian pengaruh variabel (X1) manfaat yang dipersepsi dan (X2) kemudahan menggunakan yang dipersepsi terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y).

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Variabel	R	R square	Adjusted R square	Std. Error of the Estimate
Manfaat Yang Dipersepsi (X1)	.347	.84	.156	2.095
Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi (X2)	.561	.162	.465	2.876

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

###### A. Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji signifikansi koefisien parial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah. Selain itu untuk membuktikan variabel mana yang paling dominan. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan tingkat *alpha* ( $\alpha$ ) dengan kesalahan 5% atau 0,05.

Dalam penelitian ini nilai  $t_{tabel}$  yang digunakan adalah (1,980) yang didapatkan dari menghitung rumus ( $df : n-k-1$ ). Yang mana  $n$  merupakan jumlah sampel dan  $k$  merupakan jumlah seluruh variabel dalam penelitian ini. Rumus tersebut dijabarkan menjadi  $(0,05/2 ; 120-3-1)$  yaitu  $(0,025 ; 116)$ .

**Tabel 4.14** Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.971	2.195		5.454	.000
	Manfaat yang dipersepsi (X1)	.497	.79	.384	2.472	.000
	Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2)	.568	.129	.487	4.765	.000

a. Dependent Variable: Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat disimpulkan bahwa:

a. Manfaat yang dipersepsi (X1) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,472 > 1,980$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Yang dapat diartikan secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Manfaat yang dipersepsi (X1) terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa keputusannya adalah :

(H1) = “Manfaat yang dipersepsi (X1) memiliki pengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) metode pembayaran Shopee *PayLater*” diterima.

b. Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,765 > 1,980$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Yang dapat diartikan secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y), Maka dapat disimpulkan bahwa keputusannya adalah :

(H2) = “Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) memiliki pengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) metode pembayaran Shopee *PayLater*” diterima.

#### 4.1.9.1 Uji Regresi Berganda (Uji F)

##### A. Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda dilakukan untuk menguji kekuatan pengaruh dari (X1) manfaat yang dipersepsi dan (X2) kemudahan menggunakan yang dipersepsi terhadap (Y) intensi untuk terus menggunakan.

**Tabel 4.15** Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.971	2.195		5.454	.000		
	Manfaat yang dipersepsi (X1)	.497	.79	.384	2.472	.000	.774	1.292
	Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2)	.568	.129	.487	4.765	.000	.774	1.292

a. Dependent Variable: Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Jika memperhatikan model regresi dan hasil regresi linear berganda maka didapat persamaan variabel-variabel yang mempengaruhi (Y) intensi untuk terus menggunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 11,971 + 0,497 X_1 + 0,568 X_2$$

Keterangan :

Y = Intensi Untuk Terus Menggunakan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien Regresi

X1 = Manfaat Yang Dipersepsi

X2 = Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi

e = Standar Error

Persamaan regresi linear berganda diatas dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 11,971 mempunyai arti bahwa manfaat yang dipersepsi (X1) dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya intensi untuk terus menggunakan (Y) sebesar 11,971.
2. Koefisien regresi dari manfaat yang dipersepsi (X1) sebesar 0,497 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) yang mempunyai arti bahwa variabel manfaat yang dipersepsi (X1) bertambah 1 satuan, maka intensi untuk terus menggunakan (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,497 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.
3. Koefisien regresi dari kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) sebesar 0,568 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y). Dapat disimpulkan bahwa jika variabel kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) bertambah 1 satuan, maka intensi untuk terus menggunakan (Y), juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,568 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

## B. Koefisien Determinasi

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.491 <sup>a</sup>	.593	.593	2.095	1.353
a. Predictors: (Constant), Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2), Manfaat yang dipersepsi (X1)					
b. Dependent Variable: Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)					

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.16 *Model Summary* di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau *Adjusted R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,593. Angka tersebut mengandung arti bahwa besaran pengaruh variabel Manfaat yang dipersepsi (X1)

dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) secara simultan terhadap variabel intensi untuk terus menggunakan (Y) sebesar 0,593.

### C. Uji F

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh manfaat yang dipersepsi (X1) dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y). Pada penelitian ini F tabel yang digunakan ialah (3,07) dengan tingkat signifikan  $0,000 < \alpha 0,05$  (5%).

Tabel 4.17 Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.982	2	37.876	8.985	.000 <sup>b</sup>
	Residual	513.750	117	4.391		
	Total	528.992	119			
a. Dependent Variable: Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2), Manfaat yang dipersepsi (X1)						

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.17 Diatas, hasil olah data yang diperoleh dari uji f adalah nilai  $F_{hitung}$  sebesar 8,985 dengan tingkat signifikan  $0,000 < \alpha 0,05$  (5%).  $F_{hitung}$  yang dihasilkan sebesar  $8,985 > F_{tabel}$  yaitu 3,07 dapat disimpulkan bahwa keputusannya adalah :

(H3) = “Manfaat yang dipersepsi (X1) dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) memiliki pengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) metode pembayaran Shopee *PayLater*” diterima.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Pengaruh Manfaat Yang Dipersepsi (X1) Terhadap Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)

Berdasarkan pengajuan hipotesis dalam uji t, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat yang dipersepsi (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*. Hasil dari pengujian variabel dapat dilihat pada tabel 4.16, besaran pengaruh manfaat yang dipersepsi (X1) adalah 2,742 ( $t_{hitung}$ ) dimana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,742 > 1,980$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ . Maka keputusannya Hipotesis (H1) = “Manfaat yang dipersepsi (X1) berpengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*” diterima.

Telah banyak dikemukakan sebelumnya terkait teori, studi dan penelitian yang menyatakan bahwa manfaat yang dipersepsi (X) berpengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y). Penelitian (Kumar *et al.*, 2018) menghasilkan temuan manfaat yang dipersepsi secara signifikan mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan *m-wallet* di India, Didukung oleh hasil studi (Puriwat & Tripopsakul, 2021) dimana manfaat yang dipersepsi mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan teknologi pembayaran *online* di Thailand selama pandemi COVID-19 dan (Yuan *et al.*, 2016) yang menghasilkan temuan manfaat yang dipersepsi merupakan salah satu dari faktor utama yang mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan *mobile banking* di China. Temuan (Larassita *et al.*, 2019) juga menghasilkan manfaat yang dipersepsi memiliki pengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan Brizzi di Indonesia. Dapat juga disimpulkan, indikator pada penelitian pada variabel manfaat yang dipersepsi yang terdiri dari *improves job performance, increases productivity, echances effetiveness, the system is useful* mempengaruhi secara positif dan signifikan minat responden untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater* pada penelitian ini.

#### 4.2.2. Pengaruh Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi (X2) Terhadap Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)

Berdasarkan pengujian hipotesis dalam uji t, hal penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*. Hasil dari pengujian variabel dapat dilihat pada tabel 4.16, besaran pengaruh kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) adalah ( $t_{hitung}$ )  $4,765 > 1,980$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ .

Maka keputusannya Hipotesis (H2) = “Kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) berpengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*” diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kumar *et al.*, 2018) menghasilkan temuan kemudahan menggunakan yang dipersepsi secara signifikan mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan *m-wallet* di India, lalu hasil penelitian (Eviana & Saputra, 2022) juga menghasilkan kemudahan menggunakan yang dipersepsi secara positif mempengaruhi minat untuk terus menggunakan metode pembayaran *PayLater*. Studi lainnya juga mengindikasikan bahwa kemudahan menggunakan yang dipersepsi memiliki pengaruh langsung pada intensi untuk terus menggunakan dalam konteks *e-commerce* (Shang & Wu, 2017) dan online communities (*Tripadvisor.com*) (Yan *et al.*, 2021)

Hasil penelitian ini didukung dengan jawaban dari nilai rata-rata tertinggi dari variabel kemudahan menggunakan yang dipersepsi yakni “Shopee *PayLater* memberikan kemudahan bagi pengguna”. Hasil penelitian Lembaga RISED di mana sekitar 77,20 persen dari total 2.000 responden sepakat bahwa akses terhadap *PayLater* lebih mudah dibandingkan dengan akses terhadap kartu kredit bagi kalangan pemula, termasuk yang awam dalam mengakses kredit konvensional, *PayLater* dilirik karena kemudahannya dalam pendaftaran dan sesuai dengan kebutuhannya secara spesifik. Hal ini mendukung penelitian ini karena karakteristik responden didominasi oleh mahasiswa yang awam dalam mengakses kredit konvensional. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kemudahan menggunakan yang dipersepsi menjadi faktor penting dalam melakukan

pembaharuan metode pembayaran pada bisnis e-commerce, Karena jika pengguna merasa mendapatkan kemudahan dari metode pembayaran *PayLater* maka konsumen akan tertarik dan berminat untuk menggunakan metode pembayaran tersebut secara berkelanjutan. Sistem pembayaran *PayLater* memiliki aspek kemudahan yang mendorong minat individu untuk menggunakannya, mereka akan menggunakan *PayLater* menjadi metode pembayaran dalam kehidupannya sehari-hari, kemudahan menggunakan yang dipersepsi merupakan salah satu faktor yang penting dalam penggunaan sistem *PayLater* (Eviana & Saputra, 2022). Dapat juga disimpulkan, indikator pada penelitian pada variabel kemudahan menggunakan yang dipersepsi yang terdiri dari *clear and understandable, does not require a lot of mental effort, easy to operate, easy to use* mempengaruhi secara positif dan signifikan minat responden untuk terus menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater* pada penelitian ini.

#### **4.2.3 Pengaruh Manfaat Yang Dipersepsi (X1) Dan Kemudahan Menggunakan Yang Dipersepsi (X2) Terhadap Intensi Untuk Terus Menggunakan (Y)**

Berdasarkan pengujian hipotesis uji f, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat yang dipersepsi (X1) dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater*. Hasil dari pengujian variabel dapat dilihat pada tabel 4.19 nilai  $f_{hitung}$  sebesar 8,985 dengan tingkat signifikan  $0,000 < \alpha 0,05$  (5%).  $f_{hitung}$  yang dihasilkan sebesar  $8,985 > f_{tabel}$  yaitu 3,07.

Maka keputusannya Hipotesis (H3) = Manfaat yang dipersepsi (X1) dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi (X2) berpengaruh terhadap intensi untuk terus menggunakan (Y) menggunakan metode pembayaran Shopee *PayLater* diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kumar *et al.*, 2018) yang menghasilkan temuan manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan *m-wallet* di India. dan (Setyadi *et al.*, 2020) dan Penelitian (Reo & Tulung, 2021) yang menghasilkan manfaat yang dipersepsi dan kemudahan menggunakan yang dipersepsi secara simultan mempengaruhi intensi untuk terus menggunakan pemakaian (*internet service provider*) *indihome*.