



**ANALISIS LITERASI KEUANGAN DALAM KERANGKA
*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL***

**(STUDI KASUS PENGGUNAAN ULANG *PAYLATER*
MAHASISWA S1 UNIVERSITAS JAMBI)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

RINGGA PUTRA PAMUNGKAS

C1B019112

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ringga Putra Pamungkas
Nomor Mahasiswa : C1B019112
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Literasi Keuangan dalam Kerangka *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Penggunaan Ulang *Paylater* Mahasiswa S1 Universitas Jambi)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan tidak melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam Skripsi ini sesungguhnya ada dan disiapkan dengan kaidah ilmiah penulisan
2. Bila kemudian hari didapati ketidaksesuaian sebagaimana pada poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Demikian pernyataan dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 7 November 2023

Yang membuat pernyataan



Ringga Putra Pamungkas

C1B019112

TANDA PERSETUJUAN

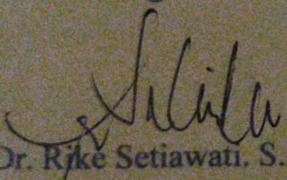
Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, menyatakan bahwa Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ringga Putra Pamungkas
Nomor Induk Mahasiswa : C1B019112
Jurusan : Manajemen Keuangan
Judul Skripsi : Analisis Literasi Keuangan dalam Kerangka *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Penggunaan Ulang *Paylater* Mahasiswa S1 Universitas Jambi)

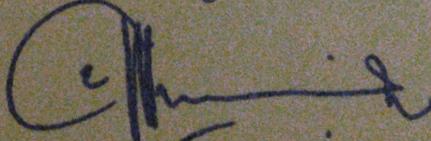
Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Komprehensif dan skripsi pada tanggal seperti tertera dibawah ini.

Jambi, 7 November 2023

Pembimbing I


Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M.
NIP. 196204031989022001

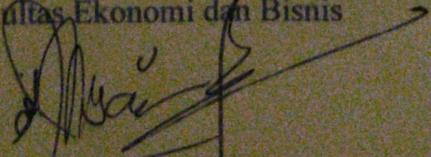
Pembimbing II


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

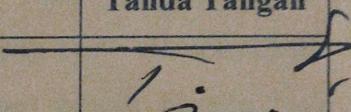
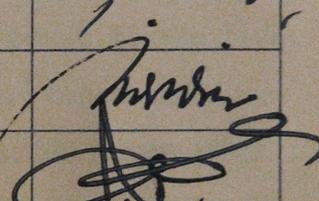
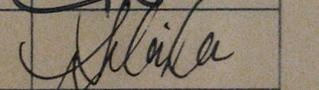
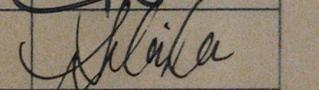
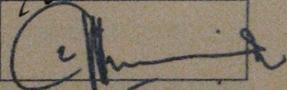

Dr. Mushaini, S.E., M.M.
NIP. 197706172006042001

TANDA PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada:

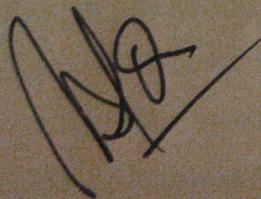
Hari : Selasa
Tanggal : 7 November 2023
Jam : 9.00 – 11.30 WIB
Tempat : Ruang Dosen Program Studi Manajemen FEB Universitas
Jambi

PANITIA PENGUJI

| Jabatan | Nama | Tanda Tangan |
|-----------------|-------------------------------------|---|
| Ketua Penguji | Dr. Tona Aurora Lubis, S.E., M.M |  |
| Penguji Utama | Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si |  |
| Sekretaris | Dr. Ahmad Nur Budi Utama, S.E., M.M |  |
| Anggota Penguji | Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M. |  |
| | Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si |  |

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc
NIP. 196702151993032004

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si
NIP. 196706021992031003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya serta memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Analisis Literasi Keuangan dalam Kerangka *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Penggunaan Ulang *Paylater* Mahasiswa S1 Universitas Jambi)”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Jambi.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis sangat menyadari kekurangan dan keterbatasan untuk mencapai kesempurnaan sehingga keberhasilan akan sulit tercapai tanpa adanya bimbingan, bantuan serta motivasi dari beberapa pihak.

Secara khusus, peneliti mengucapkan terimakasih kepada kedua orangtua tercinta Bapak Untung Artadi dan Ibu Sri Sumaryati yang telah membesarkan, mendidik, serta memberikan dukungan materil dan moril hingga peneliti bisa menyelesaikan studi dengan baik. Peneliti juga menyadari bahwa penulisan Skripsi ini telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti juga menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Bapak Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Dr. Sry Rosita, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Ibu Dr. Musnaini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Ibu Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing Skripsi I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga Skripsi ini terselesaikan dengan baik.

6. Ibu Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi sebagai pembimbing sehingga Skripsi ini terselesaikan.
7. Ibu Rts Ratnawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan nasehat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan, Bimbingan, Pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
9. Teruntuk semua pihak yang ikut terlibat dan telah banyak membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan dan penyusunan Skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Skripsi ini dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun mereka yang membacanya. Atas kritik dan saran penulis ucapkan Terima kasih.

Jambi, November 2023

Penulis

Ringga Putra Pamungkas

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Financial Literacy and various variables within the Technology Acceptance Model on the Reuse of Paylater. The study adopts a quantitative approach, using stratified random sampling to collect data from 379 respondents through Google Forms. The data were analyzed using SEM-PLS (Structural Equation Modeling Partial Least Squares) with SmartPLS 4.0 software. The findings indicate that one hypothesis lacked support because not having a significant effect, and the other nine hypotheses are supported because of the significant effect.

Keywords: *Financial Literacy, Technology Acceptance Model, Paylater, Attitude Toward Using, Reuse.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan dan beberapa variabel yang terdapat dalam Model Penerimaan Teknologi terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Penelitian ini bersifat kuantitatif, dengan menggunakan teknik *stratified random sampling* terhadap 379 responden melalui *Google Forms*. Metode analisis data menggunakan SEM-PLS (*Structural Equation Modeling Partial Least Squares*) dengan *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sepuluh hipotesis yang diuji, diantaranya satu hipotesis ditolak karena tidak adanya pengaruh yang signifikan, dan sembilan hipotesis lainnya diterima atau berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Model Penerimaan Teknologi, *Paylater*, Sikap Penggunaan, Penggunaan Ulang.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| SAMPUL | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH | ii |
| TANDA PERSETUJUAN | iii |
| TANDA PENGESAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRACT | vii |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Literasi Keuangan..... | 9 |
| 2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) | 11 |
| A. Perceived of Usefulness..... | 12 |
| B. Perceived Ease of Use | 13 |
| C. Attitude Toward Using | 14 |
| 2.1.3 <i>Financial Technology</i> | 14 |
| 2.1.4 <i>Paylater</i> | 15 |
| 2.1.5 Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> (<i>Behavioral Intention to Reuse</i>) | 17 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 18 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel..... | 23 |
| 2.3.1 Literasi Keuangan terhadap <i>Attitude Toward Using</i> | 23 |

| | |
|--|----|
| 2.3.2 Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 23 |
| 2.3.3 <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Attitude Toward Using</i> | 24 |
| 2.3.4 <i>Perceived Ease of Use</i> dan <i>Perceived Usefulness</i> terhadap Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 24 |
| 2.3.5 <i>Attitude Toward Using</i> terhadap Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 25 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| 2.5 Hipotesis | 25 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 27 |
| 3.2 Teknik Penentuan Sampel dan Populasi | 27 |
| 3.2.1 Populasi | 27 |
| 3.2.2 Sampel | 27 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data..... | 30 |
| 3.3.1 Data Primer..... | 30 |
| 3.3.2 Data Sekunder | 30 |
| 3.4 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 30 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel..... | 30 |
| 3.5 Analisis Deskriptif | 32 |
| 3.6 SEM PLS | 33 |
| 3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer model</i>)..... | 34 |
| 3.6.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) | 38 |

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian..... | 44 |
| 4.1.1 Sejarah Universitas Jambi | 44 |
| 4.1.2 Visi dan Misi Universitas Jambi..... | 44 |
| 4.1.3 Lokasi Universitas Jambi | 46 |
| 4.1.4 Jumlah Mahasiswa Universitas Jambi..... | 48 |
| 4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 51 |
| 4.2.1 Sejarah <i>Paylater</i> | 51 |
| 4.2.2 Manfaat Penggunaan <i>Paylater</i> | 52 |

| | |
|--|------------|
| 4.2.3 Penyedia <i>Paylater</i> | 54 |
| 4.2.4 Risiko dan Tantangan Penggunaan <i>Paylater</i> | 55 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 5.1 Gambaran Umum Responden | 56 |
| 5.1.1 Responden Berdasarkan Usia | 56 |
| 5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 57 |
| 5.1.3 Responden Berdasarkan Angkatan..... | 58 |
| 5.1.4 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku | 59 |
| 5.1.5 Responden Berdasarkan <i>Paylater</i> yang digunakan | 60 |
| 5.2 Analisis Statistik Deskriptif | 60 |
| 5.2.1 Literasi Keuangan..... | 62 |
| 5.2.2 <i>Perceived Ease of Use</i> | 68 |
| 5.2.3 <i>Perceived Usefulness</i> | 69 |
| 5.2.4 <i>Attitude Toward Using Paylater</i> | 70 |
| 5.2.5 Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 71 |
| 5.3 Pengujian Data dan Model Penelitian..... | 72 |
| 5.3.1 Evaluasi Model..... | 73 |
| 5.4 Pengujian Hipotesis | 86 |
| 5.5 Pembahasan..... | 92 |
| BAB VI KESIMPULAN | |
| 6.1 Kesimpulan | 103 |
| 6.2 Saran | 107 |
| 6.2.1 Bagi Mahasiswa..... | 107 |
| 6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA | 109 |
| LAMPIRAN..... | 116 |

DAFTAR TABEL

Tabel :

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel 3.1 Sebaran Jumlah Sampel | 29 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional | 30 |
| Tabel 3.3 Istilah dalam SEM-PLS | 34 |
| Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb Outer model</i> | 35 |
| Tabel 3.5 <i>Rule of Thumb inner model</i> | 39 |
| Tabel 3.6 <i>Rule of Thumb Fit Model</i> | 40 |
| Tabel 4.1 Sebaran Jumlah Mahasiswa Universitas Jambi | 48 |
| Tabel 5.1 Rentang Pengklasifikasian Variabel | 61 |
| Tabel 5.2 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Pertama | 62 |
| Tabel 5.3 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Kedua | 63 |
| Tabel 5.4 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Ketiga | 64 |
| Tabel 5.5 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Keempat | 64 |
| Tabel 5.6 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Kelima | 65 |
| Tabel 5.7 Rangkuman Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> | 66 |
| Tabel 5.8 Tanggapan Responden terhadap Literasi Keuangan | 66 |
| Tabel 5.9 Tanggapan Reponden terhadap <i>Perceived Ease of Use</i> | 68 |
| Tabel 5.10 Tanggapan Reponden terhadap <i>Perceived Usefulness</i> | 69 |
| Tabel 5.11 Tanggapan Reponden terhadap <i>Attitude Toward Using Paylater</i> | 70 |
| Tabel 5.12 Tanggapan Reponden terhadap Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 71 |
| Tabel 5.13 <i>Outer Loading</i> | 74 |
| Tabel 5.14 <i>Outer Loading</i> setelah Kalkulasi | 77 |
| Tabel 5.15 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 78 |
| Tabel 5.16 <i>Cross Loading</i> | 79 |
| Tabel 5.17 Fornell Larcker | 81 |
| Tabel 5.18 Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations | 81 |
| Tabel 5.19 Hasil <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> | 82 |
| Tabel 5.20 <i>R Square</i> dan <i>Q Square</i> | 84 |
| Tabel 5.21 <i>F Square</i> | 85 |
| Tabel 5.22 <i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i> | 86 |
| Tabel 5.23 Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i> | 86 |
| Tabel 5.24 Uji Hipotesis <i>Indirect Effect</i> | 89 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar :

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> | 12 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| Gambar 5.1 Responden Berdasarkan Usia..... | 56 |
| Gambar 5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 57 |
| Gambar 5.3 Responden Berdasarkan Angkatan | 58 |
| Gambar 5.4 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku | 59 |
| Gambar 5.5 Responden Berdasarkan <i>Paylater</i> yang digunakan..... | 60 |
| Gambar 5.6 Model Penelitian | 72 |
| Gambar 5.7 <i>Outer model</i> | 73 |
| Gambar 5.8 <i>Outer model</i> setelah Kalkulasi | 76 |
| Gambar 5.9 <i>Inner model</i> | 83 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Form Kuesioner Penelitian | 116 |
| Lampiran 2 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian..... | 123 |
| Lampiran 3 Model Penelitian..... | 133 |
| Lampiran 4 Diagram Cronbach Alpha..... | 134 |
| Lampiran 5 Diagram <i>Composite Reliability</i> (ρ_a)..... | 134 |
| Lampiran 6 Diagram <i>Composite Reliability</i> (ρ_c)..... | 135 |
| Lampiran 7 Diagram AVE..... | 135 |
| Lampiran 8 Uji Reliabilitas..... | 136 |
| Lampiran 9 Uji Validitas Konvergen <i>Outer Loading</i> | 136 |
| Lampiran 10 Uji Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i> | 137 |
| Lampiran 11 Uji Validitas Diskriminan HTMT | 137 |
| Lampiran 12 Fornell Larcker | 138 |
| Lampiran 13 <i>R Square</i> | 138 |
| Lampiran 14 <i>Q Square</i> | 138 |
| Lampiran 15 <i>F Square</i> | 138 |
| Lampiran 16 <i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR) | 139 |
| Lampiran 17 Path Coefficient (<i>Direct Effect</i>)..... | 139 |
| Lampiran 18 <i>Indirect Effect</i> (Mediasi)..... | 139 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya bukti yang menunjukkan bahwa teknologi baru memunculkan perilaku baru (seperti berhubungan sosial dengan orang lain) (Crystal, 2011). Termasuk perilaku keuangan juga muncul perilaku keuangan yang baru berkat adanya *e-commerce*, serta perangkat *financial technology* yang terlibat di dalamnya.

Pada tahun 1990, timbulnya perdagangan elektronik (*e-commerce*) mengenalkan sebuah cara unik dalam melakukan perdagangan bisnis kepada konsumen serta dunia usaha. Semenjak itu, *e-commerce* sudah berkembang serta berubah secara luar biasa dengan menghasilkan manfaat luar biasa bagi pelanggan serta bisnis di seluruh dunia. Banyaknya jumlah organisasi yang melaksanakan bisnis dengan cara ini, menjadi bukti bahwa bidang *e-commerce* mempunyai prospek yang menjanjikan di masa depan dan bisnis mampu mendapatkan manfaat optimal darinya (Bezhovski, 2016).

E-commerce (Electronic Commerce) merupakan ujung tombak untuk perdagangan saat ini. Suatu hal yang sulit dalam mendefinisikan *e-commerce* dengan beberapa kata. *E-commerce* merupakan proses yang luas dalam menggunakan internet, tidak hanya belanja menggunakan internet tetapi mencakup semua jenis transaksi, termasuk koneksi antar bisnis secara elektronik. Semua jenis proses jual beli pun dapat dilakukan dengan menggunakan sistem *e-commerce* (Mukherjee & Roy, 2017).

Di Indonesia sendiri, *e-commerce* mulai muncul pada tahun 1999, dan merupakan permulaan dari lahirnya *e-commerce* di Indonesia, cikal bakal toko *online* di Indonesia dimulai dari Forum KASKUS yang didirikan oleh Andrew Darwis, kemudian disusul oleh Bhinneka.com yang juga merupakan tempat jual-beli *online*, pesatnya perkembangan *e-commerce* adalah akibat dari mulainya masyarakat luas atau umum mengenal internet.

Dan pemerintah menyusun Undang-Undang mengenai hal ini, dikarenakan pemerintah menyadari potensi dari efek perdagangan elektronik (*online*), hal ini seiring dengan bertumbuhnya *e-commerce* di Indonesia dengan muncul startup situs jual beli seperti TokoBagus tahun 2015, Bukalapak dan marketplace lain sampai puncaknya 2015 (Mustajibah & Trilaksana, 2021).

Kenaikan dari penggunaan sistem pembayaran dengan perangkat seluler (*smartphone*) cukup besar didorong oleh muncul dan masifnya *e-commerce*, hal ini berarti bahwa setiap kenaikan jumlah transaksi penggunaan sistem pembayaran elektronik atau *online payment* didorong dari kemunculan *e-commerce* ke permukaan, tentu saja hal ini dikarenakan *e-commerce* yang ada saat ini menggunakan *online payment* sebagai instrumen pembayaran utama.

Sistem pembayaran yang berbasis pada perangkat seluler (*mobile payment*) memengaruhi kehidupan semua orang di seluruh dunia dibanding beberapa inovasi lainnya yang ada dalam sejarah manusia, dan sistem ini ikut menjadi bagian integral dari masyarakat abad ke-21. Inovasi tersebut secara bertahap menggeser aktivitas kaku sehari-hari di lingkungan fisik, berubah ke lingkungan virtual berbasis seluler (Thakur & Srivastava, 2014).

Financial Technology terus berkembang dari tahun ke tahun, mencapai 78% atau sekitar 135-140 perusahaan dengan total nilai transaksi mencapai Rp 202,77 Triliun pada tahun 2017, menurut data dari World Bank. Di Indonesia, FinTech telah menjadi solusi bagi berbagai masalah masyarakat. Beberapa jenis FinTech yang berkembang dan memberikan solusi terhadap keuangan meliputi *crowdfunding*, *microfinancing*, *P2P lending service*, *market comparison*, dan *digital payment system*.

Mobile Payment sendiri merupakan salah satu *Financial Technology*, yang merupakan sebuah layanan jasa keuangan berbasis digital. Dan kebutuhan akan pembayaran *online* pertama kali ditangani yaitu dengan menggunakan metode pembayaran yang sudah ada, dunia *offline* untuk pembayaran *online*. Misalnya kartu kredit, awalnya dimaksudkan sebagai instrumen kredit *offline*, telah menjadi instrumen pembayaran utama untuk

e-commerce. Seiring berkembangnya *e-commerce* dan pembelian *online*, kelemahan kredit dan kartu debit, serta cek menjadi lebih jelas (Abrazhevich, 2004). Lalu muncul instrumen pembayaran *online* yang sistemnya sama dengan kredit yaitu *Fintech Lending*, dan *paylater* adalah salah satu penyebutannya. Kredit yang awalnya konvensional sekarang menjadi instrumen dari *Financial Technology* sebagai pembayaran berbasis digital.

Kemudahan dari *financial technology* dapat memberikan opsi positif dan negatif, di mana seseorang dapat merencanakan keuangan lebih baik dengan kemudahan mengetahui harga suatu produk sebelum membeli dan dapat melakukan survey sebelum membeli sebagai opsi positif, serta kemudahan membeli dapat menjadi opsi negatif jika menggunakan sistem pembayaran seperti kredit atau peminjaman dimana negatifnya mengenai perilaku konsumtif. Dalam sistem bank yang lama, untuk melakukan peminjaman diperlukan peninjauan seseorang tersebut dikategorikan *credit worthy* (layak kredit), yaitu menilai apakah orang tersebut dapat melunasi peminjamannya di kemudian hari, sedangkan *paylater* atau *peer to peer lending* meminjamkan uang tanpa proses peninjauan kelayakan kredit yang panjang, cukup dengan keabsahan data diri seperti ktp dan foto diri dengan ktp.

Berdasarkan laporan State of Finance App Marketing Report 2021 yang dirilis oleh AppsFlyer, Indonesia berada di peringkat ketiga dari 15 negara lain dalam hal jumlah penginstalan aplikasi keuangan. Selain itu, aplikasi populer di Indonesia tersebut berhasil mengurangi tingkat penipuan hingga 48%. Laporan yang diterbitkan oleh AppsFlyer tersebut juga menempatkan Indonesia di peringkat keempat, mengalahkan negara-negara besar seperti Amerika Serikat dan Rusia yang berada di peringkat kelima. Namun, Indonesia masih kalah dari India dan Brasil yang menduduki peringkat pertama dan kedua. Aplikasi keuangan yang dimaksud dalam laporan tersebut meliputi aplikasi pinjaman dan kredit (Nirmala, 2022).

Berdasarkan data Laporan Fintech 2019 yang diterbitkan DSRResearch, *paylater* (56,7%) termasuk dalam layanan favorit posisi ketiga setelah *e-money* (82,7%) serta aplikasi investasi (62,4%), favorit dalam artian yang paling menarik perhatian konsumen. Menariknya, dalam kurun waktu setahun, *paylater* naik tingkat ke peringkat kedua (72,5%), tepat di bawah posisi uang elektronik (82,2%) (DailySocial, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa trend dan perhatian mengenai penggunaan *paylater* terus naik dan menjadi fenomena yang menarik untuk dibahas.

Objek penelitian ini merupakan penggunaan ulang *paylater*, sehingga perlu diketahui penerimaan atas *paylater*, dan model yang dapat digunakan adalah TAM (*Technology Acceptance Model*). Model TAM sudah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu sebagai model penerimaan suatu teknologi baru. Dalam kerangka model TAM, terdapat faktor persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*), persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*), sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Using*), dan untuk layanan *paylater*, terdapat variabel niat menggunakan (*intention to use*) yang dimodifikasi menjadi niat untuk penggunaan ulang (*intention to reuse*) layanan *paylater*

Penelitian (Aditya & Mahyuni, 2022) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology*. Menurut Penelitian (Wijayanti et al., 2022) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee Paylater*. Menurut penelitian (Putri, 2022; Salsabila, 2023) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Paylater*. Untuk yang membahas secara persis mengenai penggunaan *paylater* ulang atau berkelanjutan, masih belum ada penelitian yang meneliti. Jadi digunakannya pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *paylater* dikarenakan adanya penelitian terdahulu yang serupa.

Menurut penelitian (Dewi, 2022) ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *paylater*, penelitian ini juga menggunakan model TAM

terhadap *paylater* dan perbedaannya tidak menggunakan variabel Literasi Keuangan. Dan menurut penelitian (Prakosa & Wintaka, 2020) ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *GoPay*, penelitian ini juga menggunakan konstruk yang sama yaitu TAM digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ulang *GoPay*, walaupun tidak sama persis namun *GoPay* merupakan salah satu bentuk sistem pembayaran serta *Financial Technology* sama seperti *Paylater*.

Sejumlah penelitian terdahulu (Aftika, 2021; Julita et al., 2022) telah dibahas bahwa penggunaan *paylater* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Walaupun belum banyak penelitian yang membahas hal tersebut, tetap menunjukkan ada indikasi bahwa penggunaan *paylater* mungkin atau bahkan dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Hal ini berseberangan dengan tujuan dari literasi keuangan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan finansial.

Berdasarkan data yang ada, didapatkan penggunaan *paylater* yang melonjak pesat sementara indeks literasi keuangan nasional masih di angka 38,03%, terutama Provinsi Jambi 35,17% yang berarti ada dibawah angka rata-rata nasional (OJK, 2021).

Teori yang dikemukakan oleh (Fritz, 1958) yaitu teori atribusi dapat dijadikan gambaran, bahwa suatu individu yang berusaha dan lamanya berusaha menjadikan usaha tersebut menjadi pengalaman, dan pengalaman akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, sama seperti tingkat pendidikan, dengan pengalaman dari proses pendidikan yang sudah ditempuh maka dapat mempengaruhi perilaku keuangan orang tersebut.

Tingkat pendidikan juga termasuk kedalam hal yang penting untuk melihat ataupun memprediksi tingkat literasi keuangan seseorang. Berdasarkan penelitian (Scheresberg, 2013) ditemukan perbedaan literasi keuangan diantara lulusan pasca sarjana, sarjana, dan SMA, di mana tingkat literasi keuangan meningkat dengan semakin tingginya tingkat pendidikan, walaupun secara keseluruhan masih tergolong rendah. Menurut penelitian

lain yang dilakukan (Baiq Fitri Arianti & Khoirunnisa Azzahra, 2020) ditemukan pengaruh positif tingkat pendidikan terhadap literasi keuangan walaupun tidak signifikan, dan penelitian lain (Rellyasari, 2021; Setianingrum, 2021; C. Wijaya et al., 2017) juga didapati hasil tingkat pendidikan berpengaruh terhadap literasi keuangan dan berpengaruh signifikan. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa S1 Universitas Jambi agar mendapatkan populasi yang beririsan antara gen z yang merupakan generasi yang lebih banyak menggunakan serta memahami teknologi dan juga strata pendidikan yang tergolong cukup tinggi. Dengan menggunakan populasi mahasiswa S1 Universitas Jambi, didapati bahwa belum ada penelitian serupa khususnya *paylater* dengan sampel mahasiswa Universitas Jambi.

Berdasarkan hasil uraian diatas, dikarenakan belum pernah dilakukan penelitian dengan judul yang sama dan dengan tingkat kenaikan pengguna *paylater* serta literasi keuangan yang belum memadai dan berbeda menurut tingkat pendidikannya, oleh karena itu penelitian ini diberikan judul “Analisis Literasi Keuangan dalam Kerangka *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Penggunaan Ulang *Paylater* Mahasiswa S1 Universitas Jambi)” yang menambahkan literasi keuangan dalam kerangka TAM, karena literasi keuangan penting untuk dimasukkan dalam model dengan pertimbangan bahwa *paylater* merupakan layanan keuangan dan beberapa alasan yang sudah dikemukakan diatas.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap *Attitude Toward Using*?
2. Apakah ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater*?
3. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*?
4. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater*?

5. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*?
6. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater*?
7. Apakah ada pengaruh antara *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan ulang *paylater*?
8. Apakah ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*?
9. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*?
10. Apakah ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap *Attitude Toward Using*.
2. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater*.
3. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *perceived Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*.
4. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater*.
5. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*.
6. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater*.
7. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan ulang *paylater*.
8. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*.
9. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

10. Untuk membuktikan bahwa ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis :
 - a. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, diharapkan memberikan manfaat dalam menambah bahan literatur manajemen keuangan sebagai sumber wawasan, dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian lain yang juga akan menjadi tambahan literatur.
 - b. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan menjadi bahan yang dapat menambah wawasan atau lebih lanjut digunakan sebagai referensi yang dirujuk dalam penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis :
 - a. Untuk peneliti, diharapkan memberikan manfaat dalam menilai literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* serta penerimaan dalam menggunakan ulang teknologi financial berupa *paylater*.
 - b. Untuk khalayak umum, dapat dijadikan acuan dan referensi dalam menambah pengetahuan dan wawasan mengenai judul penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan gabungan antara kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap serta perilaku dalam menciptakan keputusan keuangan dengan tepat, dan bertujuan untuk mencapai kesejahteraan finansial suatu individu (OECD/INFE, 2022).

Menurut (Fianto et al., 2017) Pemahaman tentang tingkat literasi keuangan dapat diukur melalui pemahaman seseorang tentang konsep keuangan dan kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara pribadi melalui pengambilan keputusan yang bersifat jangka pendek.

Berdasarkan literatur dari beberapa studi penelitian sejak tahun 2000, definisi konseptual literasi keuangan kurang lebih jatuh ke dalam lima kategori:

1. Pengetahuan mengenai konsep keuangan
2. Kemampuan dalam berkomunikasi berkaitan konsep keuangan
3. Kecakapan dalam mengelola keuangan pribadi
4. Keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat dan
5. Keyakinan dalam perencanaan efektif untuk kebutuhan keuangan masa depan (Remund, 2010).

Dari pengertian diatas, dapat saya simpulkan secara kasar bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan mengenai keuangan secara komprehensif.

Menurut penelitian (Allgood & Walstad, 2016), indikator dari literasi keuangan terbagi 4:

1. Konsep bunga (*interest*)
2. Pengaruh inflasi terhadap nilai uang
3. Risiko
4. Diversifikasi Saham

Menurut (OECD/INFE, 2022) indikator yang dapat digunakan sebagai pengukuran literasi keuangan terbagi menjadi 3: sikap keuangan, perilaku keuangan, pengetahuan keuangan.

A. Sikap Keuangan (Financial Attitude)

Sikap keuangan adalah keadaan pikiran seseorang mengenai keuangan yang umumnya merupakan hasil dari latar belakang dan lingkungannya. Indikator dalam sikap keuangan, yaitu mengendalikan pengeluaran, pentingnya menabung secara rutin, pentingnya membandingkan keuntungan jasa keuangan, pentingnya memiliki dana cadangan, serta pentingnya menyusun suatu tujuan.

B. Perilaku Keuangan (Financial Behaviour)

Perilaku keuangan berkaitan dengan tindakan manusia dalam mengelola uang. Mengenai sikap keuangan dan perilaku keuangan dapat dikatakan bahwa keduanya erat kaitannya dan merupakan bagian dari keluarga yang sama. Dalam konteks ini, dikemukakan bahwa tindakan dan perilaku individu menjadi faktor penentu situasi keuangan dan kesejahteraan individu baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Dampak dari literasi keuangan bersifat positif jika diimbangi dengan perilaku bijak, seperti individu secara konsisten membayar tagihan tepat waktu dan memiliki kebijakan menabung yang teratur. Sebaliknya, dampaknya menjadi negatif ketika seseorang menghadapi masalah keuangan akibat penggunaan kartu kredit yang tidak terkendali dan kurangnya perencanaan pengeluaran. Indikator dalam perilaku keuangan mencakup pembayaran tagihan tepat waktu, kebiasaan mencatat pengeluaran, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung secara berkala, kepemilikan dana darurat untuk beberapa bulan ke depan, kebiasaan menabung, serta pertimbangan matang sebelum melakukan pembelian.

C. Pengetahuan Keuangan (Financial Knowledge)

Pengetahuan keuangan merujuk pada penguasaan objektif terhadap definisi, istilah, dan konsep keuangan. Sebagai contoh, seorang

individu mengetahui bahwa uang nilainya dapat menurun setiap tahun. Dengan adanya pemahaman tentang keuangan dapat membantu individu dalam membandingkan tawaran produk dan layanan keuangan dari beberapa lembaga keuangan, serta mendukung pengambilan keputusan yang cerdas. Indikator-indikator dalam pengetahuan keuangan mencakup pengetahuan dasar keuangan, manajemen keuangan, kredit dan hutang, pengelolaan tabungan dan investasi, serta pemahaman mengenai asuransi.

Indikator, item pengukuran, dan pertanyaan yang dapat digunakan dalam mengukur literasi keuangan yang diadaptasi dari (OECD/INFE, 2022) yaitu :

- **Sikap Keuangan (Financial Attitude) :**
 1. Sikap individu terhadap uang.
 2. Tidak merencanakan keuangan.
- **Perilaku Keuangan (Financial Behaviour) :**
 3. Berpikir sebelum melakukan pembelian.
 4. Meminjam ketika dapat melunasi.
 5. Membayar tagihan tepat waktu.
- **Pengetahuan Keuangan (Financial Knowledge) :**
 6. Mengetahui pemahaman dasar keuangan.

Dalam mengukur pemahaman dasar keuangan, pertanyaan dapat dikembangkan menjadi beberapa poin, seperti pada penelitian ini dibuat 3 item pertanyaan yaitu :

- 1) Mengetahui pemahaman dasar keuangan inflasi
- 2) Mengetahui pemahaman dasar keuangan diversifikasi
- 3) Mengetahui pemahaman dasar keuangan resiko

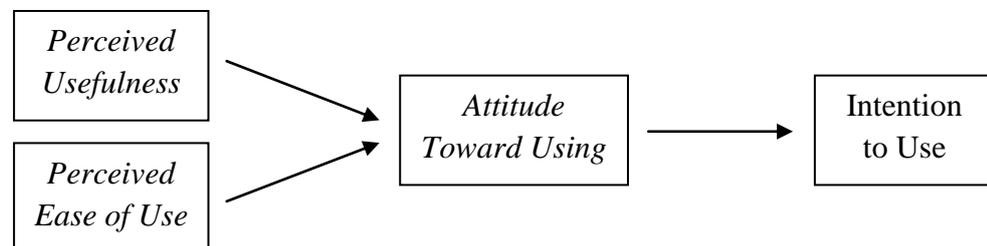
2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Model TAM merupakan model yang mengukur tingkat penerimaan seseorang terhadap teknologi, dan menurut penelitian (Davis, 1989) dibuat konstruk bahwa seseorang dapat menerima suatu teknologi apabila teknologi tersebut mudah digunakan, mempunyai kegunaan atau manfaat,

dan perasaan atau sikap terhadap teknologi tersebut. Dalam konstruk yang dikemukakan (Davis, 1989) didapati variabel yang dapat diukur berupa *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan), *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan), *Attitude Toward Using* (sikap terhadap penggunaan), dan *Behavioral Intention to Use* (niat menggunakan).

Technology Acceptance Model (TAM) atau model penerimaan teknologi pertama kali diperkenalkan oleh Davis dan dikembangkan berdasarkan Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*). Pengguna suatu teknologi membentuk pandangan positif terhadap teknologi yang tersedia, namun pandangan negatif muncul sebagai hasil langsung dari pengalaman menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, model TAM dapat dijadikan landasan untuk mengidentifikasi upaya yang diperlukan dalam meningkatkan adopsi teknologi dengan memperhitungkan aspek persepsi positif dan negatif dari pengguna terhadap teknologi.

Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model*



Sumber: (Davis, 1993)

A. *Perceived of Usefulness*

Perceived Usefulness atau persepsi kegunaan didefinisikan sebagai seberapa besar kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya dalam sebuah pekerjaan (Davis, 1989). Dari pengertian ini bisa disimpulkan bahwa persepsi kegunaan merupakan manfaat atau kegunaan suatu sistem, jika didapati sistem tersebut bermanfaat maka akan membuat seseorang bekerja lebih baik.

Indikator dan item pengukuran yang sudah dimodifikasi dari (Davis, 1989) dalam mengukur Persepsi Kegunaan (*Perceived of Usefulness*), yaitu:

- **Efektivitas**

1. Menggunakan *paylater* meningkatkan efektivitas dalam mengelola keuangan saya.
2. Menggunakan *paylater* meningkatkan kinerja keuangan saya

- **Produktif dan Menghemat Waktu**

3. *Paylater* memungkinkan saya menyelesaikan transaksi keuangan dengan lebih cepat, sehingga berpotensi meningkatkan produktivitas
4. *Paylater* menghemat waktu saya dalam melakukan pembayaran

- **Kepentingan Sistem**

5. Menggunakan *paylater* membuat pengelolaan keuangan saya menjadi lebih mudah karena pengeluaran tercatat
6. Penggunaan *paylater* sangat membantu saya dalam melakukan pembayaran.

B. *Perceived Ease of Use*

Perceived Ease of Use atau persepsi kemudahan merupakan konsep yang menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan lebih mudah baginya (Davis, 1989). Bahwa dengan menggunakan sistem tersebut dianggap akan membebaskan seseorang dari upaya dan memudahkan.

Item pengukuran yang sudah dimodifikasi dalam mengukur Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*), diadaptasi dari (Davis, 1989) yaitu :

- **Upaya Fisik**

1. *Paylater* memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam pembayaran.
2. Penggunaan *paylater* tidak melelahkan.

- **Upaya Mental**

3. *Paylater* memerlukan banyak konsentrasi untuk digunakan.
4. *Paylater* dapat diakses dengan menimbulkan perasaan frustrasi.

- **Kemudahan Dipelajari**

5. Mudah mengingat langkah-langkah dalam menggunakan *paylater*.
6. Penggunaan *paylater* cenderung sulit dipahami tanpa panduan.

- **C. Attitude Toward Using**

Attitude Toward Using merupakan reaksi atau perasaan subjektif yang negatif ataupun positif dari seseorang terhadap suatu sistem yang akan digunakan (Davis, 1993).

Dalam mengukur Sikap terhadap Penggunaan (*Attitude Toward Using*), terdapat item pengukuran yang dimodifikasi dari (Venkatesh et al., 2003) yaitu :

- **Sikap Menggunakan**

1. Transaksi dengan menggunakan *paylater* menarik dan tidak membosankan.
2. Menggunakan *paylater* terasa menyenangkan.

2.1.3 *Financial Technology*

Financial Technology atau disingkat FinTech, merupakan suatu inovasi dalam sektor jasa keuangan yang mengandalkan penerapan teknologi. Produk fintech umumnya berbentuk sistem yang dirancang untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan dengan spesifik. (OJK, 2019).

FinTech terus berkembang dari tahun ke tahun, mencapai 78% atau sekitar 135-140 perusahaan dengan total nilai transaksi mencapai Rp 202,77 Triliun pada tahun 2017, menurut data dari World Bank. Di Indonesia, FinTech telah menjadi solusi bagi berbagai masalah masyarakat. Beberapa jenis FinTech yang berkembang dan memberikan solusi terhadap keuangan meliputi *crowdfunding*, *microfinancing*, *P2P lending service*, *market comparison*, dan *digital payment system*.

A. Crowdfunding: Sebagai model FinTech yang populer di Indonesia, crowdfunding memungkinkan masyarakat menggalang dana untuk inisiatif atau program sosial. Contoh populer adalah KitaBisa.com.

B. Microfinancing: Layanan FinTech ini menyediakan solusi keuangan bagi masyarakat kelas menengah ke bawah yang kesulitan mengakses

institusi perbankan. Amartha adalah salah satu startup yang beroperasi di bidang microfinancing.

- C. P2P Lending Service:** Jenis FinTech ini memfasilitasi peminjaman uang dengan lebih mudah dan cepat, membantu konsumen memenuhi kebutuhan tanpa proses yang rumit. AwanTunai adalah contoh FinTech dalam peminjaman uang.
- D. Market Comparison:** FinTech ini memungkinkan seseorang untuk membandingkan produk keuangan dari berbagai penyedia jasa, serta berfungsi sebagai perencana finansial.
- E. Digital Payment System:** FinTech ini fokus pada layanan pembayaran digital, seperti pembayaran pulsa, kartu kredit, atau tagihan listrik. Payfazz adalah contoh FinTech dalam digital payment system, dengan basis keagenan untuk membantu masyarakat Indonesia melakukan pembayaran tanpa perlu akses ke bank.

2.1.4 Paylater

Mobile Payment merupakan bagian dari *Financial Technology* yang merupakan layanan jasa keuangan berbasis digital. Dan kebutuhan pembayaran *online* yang pertama kali ditangani yaitu dengan menggunakan metode pembayaran yang sudah ada, dunia *offline* untuk pembayaran *online*. Misalnya kartu kredit, awalnya dimaksudkan sebagai instrumen kredit *offline*, telah menjadi instrumen pembayaran utama untuk *e-commerce*. Seiring berkembangnya *e-commerce* dan pembelian *online*, kelemahan kredit dan kartu debit, serta cek menjadi lebih jelas (Abrazhevich, 2004). Lalu muncul instrumen pembayaran *online* yang sistemnya sama dengan kredit yaitu *Fintech Lending*. Kredit yang awalnya konvensional sekarang menjadi instrumen dari *Financial Technology* sebagai pembayaran berbasis digital. Ketika sistem dari kredit tersebut masih *hybrid* atau masih terlibat proses secara *offline* maka dapat dikategorikan sebagai *FinTech Digital Payment System*, namun ketika proses sudah sepenuhnya *online* maka dapat dikategorikan sebagai *FinTech P2P Lending Service*, dan *paylater* sepenuhnya *online* sehingga dikategorikan *FinTech P2P Lending Service*.

Fintech Lending, juga dikenal sebagai *Fintech Peer-to-Peer Lending* atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI), merupakan inovasi di sektor keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk memberikan pinjaman kepada penerima pinjaman tanpa perlu bertemu secara langsung. Mekanisme transaksi ini disediakan oleh penyedia *Fintech Lending* melalui aplikasi atau situs web yang mereka kelola (OJK, 2019).

Berdasarkan data Laporan Fintech 2019 yang diterbitkan DSRResearch, *paylater* (56,7%) termasuk dalam layanan favorit posisi ketiga setelah *e-money* (82,7%) serta aplikasi investasi (62,4%), favorit dalam artian yang paling menarik perhatian konsumen. Menariknya, dalam kurun waktu setahun, *paylater* naik tingkat ke peringkat kedua (72,5%), tepat di bawah posisi uang elektronik (82,2%) (DailySocial, 2021). Penelitian ini menggunakan variabel terikat (dependen) berupa variabel Penggunaan Ulang *Paylater* (*intention to reuse paylater*). Pengertian penggunaan ulang disini adalah saat di mana seseorang menggunakan ulang teknologi khususnya *Financial Technology* untuk keperluannya.

Beberapa *paylater* yang digunakan oleh *merchant* (pemilik usaha yang memperdagangkan barang atau jasanya melalui *marketplace* atau toko *online*), yaitu :

1. Shopee Paylater

Shopee Paylater dapat digunakan di aplikasi Shopee sebagai salah satu metode pembayaran alternatif selain *ShopeePay* dan instrumen pembayaran lainnya.

2. Akulaku

Akulaku tersedia di *merchant* khusus yang disediakan di aplikasi akulaku, dan banyak *merchant* lain seperti PegiPegi, Tiket.com, JD.ID, Blibli, Bukalapak, Shopee, serta masih banyak lagi yang lain, tidak terkecuali untuk layanan *offline* sekalipun.

3. Dana Paylater

Dana *Paylater* khususnya dapat digunakan untuk pembayaran dalam aplikasi Dana seperti untuk membayar tagihan listrik, pulsa, paket data, top up *e-money*, dsb.

4. Gopay Paylater

Sama seperti Dana, *Gopay Paylater* khususnya digunakan dalam berbagai layanan yang tersedia di aplikasi Gojek, seperti untuk pembayaran *GoRide*, *GoCar*, *GoFood*, *GoSend*, *GoBluebird*, *Gojek Subscription*, *GoPulsa*, *GoTagihan*, dan *GoTix*.

5. Traveloka Paylater

Selain dapat digunakan pada layanan yang tersedia di aplikasi Traveloka, juga dapat digunakan pada Shopee, JD.ID, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.

6. Kredivo Paylater

Dapat digunakan di aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada, Tiket.com, dan beberapa *merchant* lainnya.

7. Indodana

Indodana tersedia di banyak *merchant* seperti Tokopedia, MNC Play, UniPin, Hush Puppies, Kalbe Store, Bukalapak, Erafone, Informa, IKEA, Alfamart, dan lainnya.

2.1.5 Penggunaan Ulang *Paylater* (*Behavioral Intention to Reuse*)

Penggunaan ulang *paylater* dapat diukur dengan menggunakan indikator *Behavioral Intention to use* (Venkantesh et al., 2003), yang memiliki item pengukuran berupa:

1. Saya berniat menggunakan sistem kedepannya.
2. Saya akan menggunakan sistem kedepannya.
3. Saya berencana menggunakan sistem kedepannya.

Dari item pengukuran (Venkantesh et al., 2003) dapat dimodifikasi untuk mengukur penggunaan *paylater*, disesuaikan menjadi item pengukuran berikut:

1. Saya berniat menggunakan *paylater* untuk setiap transaksi kedepannya.
2. Saya akan menggunakan *paylater* untuk setiap transaksi kedepannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti | Topik | Metode, Sampel, Alat Analisis, dan Teori | Variabel Penelitian | | Hasil |
|--|--|--|---|--|---|--|
| | | | | Independen | Dependen | |
| 1 | Erina Lutvy Diansari (2022) | Penggunaan Ulang Mobile Banking | <ul style="list-style-type: none"> - Metode Kuantitatif - Analisis regresi berganda - Teori <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> - <i>Purposive sampling</i>, 100 responden dari Jakarta dan menggunakan <i>Livin' by Mandiri</i> | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Enjoyment (PE)</i> - <i>Perceived of Usefulness (PU)</i> - <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> - <i>Perceived Price (PP)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Intention to Reuse (IR)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - PE > IR (positif) - PU > IR (positif) - PEOU > IR (positif) - PP > IR (positif) |
| <p>Persamaan : Metode yang sama, teori yang sama (TAM), variabel independen dan dependen yang sama.</p> <p>Perbedaan : Variabel independen di luar TAM (<i>Perceived Enjoyment, Perceived Price</i>) berbeda, tidak ada variabel literasi keuangan, tidak ada variabel mediasi, analisis serta subjek penelitian yang berbeda.</p> | | | | | | |
| 2 | Stefan Loranthi Folia, Djumarno (2022) | Penggunaan Ulang Fintech E-Wallet <i>Gopay</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Metode Kuantitatif - <i>Purposive sampling</i>, 168 pengguna Gojek di Jakarta | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Usefulness (PU)</i> - <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> - <i>Perceived Risk (PR)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Customer Satisfaction (CS)</i> - <i>Intention to Reuse (IR)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - PU > CS (positif dan signifikan) - PU > IR (positif dan signifikan) - PEOU > CS |

| | | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) - Analisis SEM-PLS | | | <ul style="list-style-type: none"> (positif dan signifikan) - PEOU > IR (positif dan signifikan) - PR > CS (positif dan signifikan) - PR > IR (positif dan signifikan) |
| <p>Persamaan : Objek penelitian yang sama (penggunaan ulang fintech), metode penelitian, analisis dan teori yang sama, variabel independen dan dependen yang sama.</p> <p>Perbedaan : Subjek penelitian berbeda tempat, variabel independen berbeda di luar TAM (<i>Perceived Risk</i>) dan variabel dependen (<i>Customer Satisfaction</i>), tidak ada variabel literasi keuangan, tidak ada variabel mediasi..</p> | | | | | | |
| 3 | Abby Akihiro Setiawan, Yoel Erikson Silaen, Thony Andreas, Tanty Oktavia (2020) | Minat Menggunakan Fintech <i>Paylater</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Metode Kuantitatif - <i>Purposive sampling</i>, sampel 439 orang, aktif menggunakan <i>paylater</i> di indonesia - SEM-PLS | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Perceived Usefulness</i> (PU) - <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) - <i>Self Efficacy</i> (SE) - <i>Trust</i> (TR) - <i>Informal Learning</i> (IL) | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Intention to Use</i> (ITU) - <i>Perceived Usefulness</i> (PU) - <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) | <ul style="list-style-type: none"> - PU > ITU (signifikan) - PEOU > ITU (tidak signifikan) - SE > PU (signifikan) - SE > PEOU (signifikan) - TR > ITU (signifikan) - IL > ITU (signifikan) - IL > PU (signifikan) - TR memediasi IL > ITU (signifikan) |
| <p>Persamaan : Objek penelitian fintech sama, subjek pengguna <i>paylater</i>, ada variabel mediasi, variabel independen yang sama sesuai TAM, analisis, alat analisis dan metode yang sama.</p> <p>Perbedaan : Subjek penelitian berbeda tempat, variabel independen di luar TAM (<i>Self Efficacy</i>, <i>Trust</i>, <i>Informal Learning</i>), variabel dependen (<i>Perceived Usefulness</i>, <i>Perceived Ease of Use</i>).</p> | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|--|----------------------------------|--|--|--|--|
| 4 | Jeremy Mikael, Raden Aswin Rahadi (2022) | Perilaku Konsumtif Belanja | <ul style="list-style-type: none"> - Metode Kuantitatif - <i>Purposive sampling</i>, responden 341 orang Indonesia pernah menggunakan <i>paylater</i>. - Pearson's Correlation Coefficients | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Financial Literacy (FL)</i> - <i>Perceived Usefulness (PU)</i> - <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> - <i>Paylater Usage (PLU)</i> | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Paylater Usage (PLU)</i> - Impulsive Buying (IB) | <ul style="list-style-type: none"> - FL > PLU (tidak signifikan) - PU > PLU (positif dan signifikan) - PEOU > PLU (positif dan signifikan) - PLU > IB (positif dan signifikan) |
| <p>Persamaan : Subjek penelitian pengguna <i>paylater</i>, variabel literasi keuangan dan variabel dari TAM yang sama, serta metode yang sama.</p> <p>Perbedaan : Objek penelitian perilaku konsumtif, subjek penelitian berbeda tempat, analisis berbeda, variabel independen (<i>Paylater Usage</i>), tidak ada variabel mediasi, dan variabel dependen (Impulsive Buying).</p> | | | | | | |
| 5 | Kezia M Octavia (2021) | Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Metode Kuantitatif - 100 responden pengguna <i>paylater</i> - <i>Path analysis</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan (KC) - Keamanan (KA) - Kepuasan Pelanggan (KP) | <ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan Pelanggan (KP) - Penggunaan Ulang (PU) | <ul style="list-style-type: none"> - KC > KP (positif) - KA > KP (positif) - KC > PU (tidak berpengaruh) - KA > PU (tidak berpengaruh) - KP > PU (positif) - KP memediasi KC > PU (positif) - KP memediasi KA > PU (positif) |
| <p>Persamaan : Objek penelitian penggunaan ulang <i>paylater</i> sama, subjek penelitian pengguna <i>paylater</i>, variabel</p> | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|---|---|--|
| <p>dependen serta metode yang sama.</p> <p>Perbedaan : Subjek penelitian berbeda tempat, analisis berbeda, variabel independen dan variabel dependen di luar TAM yang berbeda, dan tidak ada variabel mediasi.</p> | | | | | | |
| 6 | Gama Putra Brahanta, Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2021) | Penggunaan Ulang Shopeepay | - Metode Kuantitatif - <i>Purposive sampling</i> , 60 pengguna yang pernah menggunakan shopeepay - SEM-PLS | - Persepsi Kebermanfaatan (PKB) - Persepsi Kemudahan (PK) - Persepsi Resiko (PR) | - Minat Menggunakan Ulang Shopeepay (MS) | - PKB > MS (positif dan signifikan) - PK > MS (positif dan signifikan) - PR > MS (positif) |
| <p>Persamaan : Metode penelitian sama, analisis sama, variabel independen dan dependen TAM yang sama.</p> <p>Perbedaan : Objek penelitian berbeda, subjek penelitian berbeda, variabel independen di luar TAM (Persepsi Resiko) dan tidak ada variabel mediasi.</p> | | | | | | |
| 7 | Murti Wijayanti, Henri Rohaeni, Aswiyatul Mukarromah , Tyna Yunita (2022) | Niat Menggunakan <i>Paylater</i> | - Metode Kuantitatif - <i>Purposive sampling</i> , 119 responden yang pernah menggunakan <i>shopeepaylater</i> di bekasi - SEM PLS | - <i>Financial Literacy</i> (FL) - <i>Perceived Usefulness</i> (PU) - <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) - Income (IC) | - <i>Interest in the Use</i> (IU) | - FL > IU (positif) - PU > IU (negatif) - PEU > IU (tidak berpengaruh) - IC > IU (tidak berpengaruh) |
| <p>Persamaan : Objek penelitian <i>paylater</i> sama, subjek pengguna <i>paylater</i> sama, metode penelitian sama, analisis sama, variabel literasi keuangan, variabel independen dan dependen TAM yang sama.</p> <p>Perbedaan : Subjek penelitian berbeda tempat, variabel independen (Income), tidak ada variabel mediasi.</p> | | | | | | |
| 8 | Febby Nanda Utami, Yossinomita, Nia Rahayu (2022) | Penggunaan Ulang Mobile Banking | - Metode Kuantitatif - <i>Purposive sampling</i> , 96 responden pengguna | - <i>Perceived Usefulness</i> (PU) - <i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) - Trust (TR) | - Trust (TR) - <i>Continuance Intention to Use</i> (CIU) | - PU > TR (berpengaruh tidak signifikan) - PEU > TR (berpengaruh) |

| | | | | | | |
|---|----------------------------|--|--|---|--|---|
| | | | aplikasi Bank Jambi di Kota Jambi - SEM-PLS | | | signifikan) - TR > CIU (berpengaruh signifikan) - TR memediasi PU > CIU (tidak dapat memediasi) - TR memediasi PEU > CIU (berpengaruh signifikan) |
| <p>Persamaan : Metode penelitian sama, analisis sama, ada variabel mediasi, variabel independen dan variabel dependen TAM yang sama.</p> <p>Perbedaan : Objek penelitian berbeda, subjek penelitian berbeda, variabel independen (<i>Trust</i>) dan variabel dependen (<i>Trust</i>).</p> | | | | | | |
| 9 | Edwin Bustami (2022) | Penggunaan Ulang Mobile Banking | - Metode Kuantitatif dan Kualitatif - <i>Purposive sampling</i> , 400 responden pengguna Mobile Banking di Jambi - <i>Path analysis</i> | - <i>Knowledge</i> (K) - <i>Enjoyment</i> (EJ) | - <i>Attitudes</i> (AT) - <i>Behavioral Intention</i> (BI) | - K > AT (positif dan signifikan) - K > BI (positif dan signifikan) - AT memediasi K > BI (negatif dan signifikan) - EJ > AT (positif dan signifikan) - EJ > BI (positif dan signifikan) - AT memediasi EJ > BI (positif dan signifikan) |

Persamaan : Metode penelitian kuantitatif sama, variabel dependen penggunaan ulang yang sama.

Perbedaan : Objek penelitian berbeda, subjek penelitian berbeda, alat analisis berbeda, variabel independen dan dependen berbeda.

| | | | | | | |
|----|---|--|--|---|--|--|
| 10 | Gusti Aditya Rachman, RR Yulianti Prihatiningrum, Rusniati (2022) | Penggunaan Ulang Mobile Banking | - Metode Kuantitatif - <i>Purposive sampling</i> , 60 responden pernah menggunakan ShopeePaydi Kota Surabaya - SEM-PLS | - Persepsi Kebermanfaatan (PKB) - Persepsi Kemudahan (PK) - Persepsi Risiko (PR) | - Minat Menggunakan Ulang Mobile Banking (MMU) | - PKB > MMU (positif dan signifikan) - PK > MMU (positif dan signifikan) - PR > MMU (positif dan signifikan) |
|----|---|--|--|---|--|--|

Persamaan : Metode penelitian yang sama, variabel independen dan dependen dari TAM yang sama dan analisis yang sama.

Perbedaan : Objek penelitian berbeda, subjek penelitian berbeda, variabel independen (persepsi resiko), dan tidak ada variabel mediasi.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Literasi Keuangan terhadap *Attitude Toward Using*

Tidak adanya penelitian yang menunjukkan pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Attitude Toward Using*, namun ada penelitian lain (Hadikusuma, 2019) yang menggunakan variabel di luar konstruk TAM yang mempengaruhi *Attitude Toward Using*, yaitu variabel *Social Influence* dengan hasil *Social Influence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Attitude Towards Using Mobile Payment* pada aplikasi *mobile payment OVO*.

2.3.2 Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*

Penelitian (Aditya & Mahyuni, 2022) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Technology*. Menurut Penelitian (Wijayanti et al., 2022) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Shopee Paylater*. Menurut penelitian (Putri, 2022; Salsabila, 2023) menunjukkan Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Paylater*. Sedangkan penelitian (Rahmawati & Mirati, 2022) ditemukan literasi

keuangan memiliki hubungan yang negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna *Shopee Paylater* pada generasi millennial. Dan penelitian lain (Chernovita, 2020) yang menggunakan pendekatan kualitatif menjelaskan bahwa mahasiswa yang mempunyai literasi keuangan yang baik cenderung berhati-hati dalam menggunakan *paylater*, dan tidak mudah tergoda agar tidak membahayakan. Untuk penelitian yang persis membahas penggunaan ulang *paylater* belum ada.

2.3.3 *Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Attitude Toward Using*

Menurut penelitian (Gusni et al., 2020; Komalasari & Marjito, 2019; Ramadya, 2022; Setyawati, 2020; Sinurat & Sugiyanto, 2022; Wirahutomo, 2017) ditemukan pengaruh positif dan signifikan antara *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*. Sedangkan menurut penelitian (Agustin et al., 2021; Singasatia & Melami, 2018) *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*, dan *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*. Dan penelitian (Sandi et al., 2021) terdapat pengaruh positif antara *Perceived Usefulness* dengan *Attitude Toward Using*, sedangkan *Perceived Ease of Use* tidak memiliki pengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.

2.3.4 *Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Penggunaan Ulang Paylater*

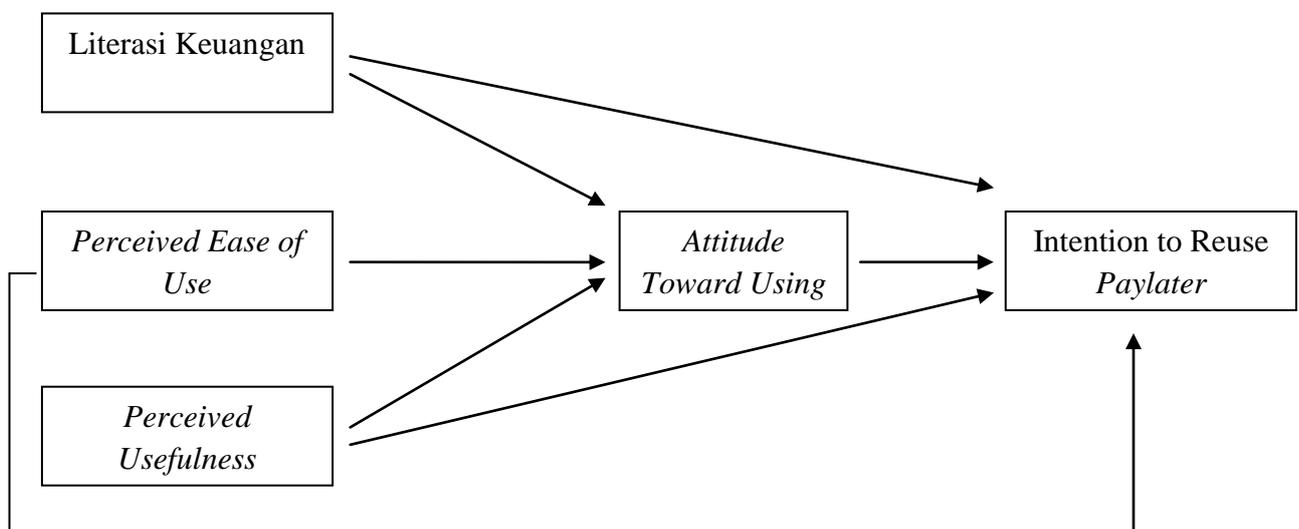
Menurut penelitian (Dewi, 2022) ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan *paylater*, dan *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *paylater*. Dan menurut penelitian (Prakosa & Wintaka, 2020) ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *GoPay*, walaupun tidak sama persis dengan penelitian ini namun *GoPay* merupakan salah satu bentuk sistem pembayaran serta *Financial Technology* sama seperti *Paylater*.

2.3.5 *Attitude Toward Using* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*

Menurut penelitian (Orientani & Kurniawati, 2021) ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan *paylater*. Sedangkan menurut hasil penelitian (Badri et al., 2022) ditemukan bahwa terdapat pengaruh negatif *Attitude Toward Using* terhadap Penggunaan *Paylater*.

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis

- H1 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.
- H2 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.
- H3 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.
- H4 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.
- H5 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using*.
- H6 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

- H7 : *Attitude Toward Using* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.
- H8 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.
- H9 : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.
- H10 : *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dan jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausalitas yang merupakan hubungan sebab akibat. Jadi penelitian ini menggunakan variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Dan penelitian ini menggunakan variabel intervening, yaitu variabel antara independen dan dependen, di mana variabel independen memberi pengaruh tidak langsung berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2019).

3.2 Teknik Penentuan Sampel dan Populasi

3.2.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Universitas Jambi yang pernah ataupun pengguna *paylater* dalam pembayarannya. Pengguna *paylater* ini termasuk *Shopee Paylater*, *Kredivo*, *Akulaku Paylater*, dan instrumen pembayaran *paylater* lainnya.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang mewakili jumlah dan karakteristik suatu populasi. Karena keterbatasan dana, waktu, dan tenaga, sampel diambil dari populasi dengan tujuan untuk menjadi representatif dan mewakili keseluruhan populasi (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Stratified Random Sampling*, yang digunakan untuk memastikan bahwa setiap strata dalam populasi memiliki representasi yang cukup dalam sampel, sehingga hasil penelitian menjadi lebih representatif dan dapat digeneralisasi ke populasi secara keseluruhan. Dengan memilih sampel dari setiap strata, peneliti dapat memastikan bahwa variasi karakteristik yang ada di dalam populasi juga terwakili dalam sampel. Strata yang digunakan adalah fakultas, jadi setiap populasi dibagi ke dalam kelompok fakultas.

Penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael untuk mengukur jumlah sampel. Sampel yang diambil memiliki karakteristik berikut :

1. Mahasiswa S1 Universitas Jambi yang terdaftar di Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti).
2. Mahasiswa yang aktif pada semester genap 2023.
3. Pernah menggunakan ataupun aktif menggunakan *paylater* sebagai metode pembayaran.

Rumus Isaac dan Michael :

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 \cdot (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan :

S : Jumlah sampel yang dibutuhkan

λ^2 : Chi Kuadrat bergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan, disini menggunakan derajat kebebasan 1 dan tingkat kesalahan 5% = 3,841

d : Sampling error/tingkat presisi sampel (perbedaan antara rata-rata populasi dan sampel) = 5% = 0,05

N : Jumlah dari populasi yang ada

P : Peluang benar = 0,5

Q : Peluang salah = 0,5

Maka responden yang dibutuhkan adalah :

$$S = \frac{3,841 \cdot 30.133 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025 \cdot 30.132 + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$S = \frac{28.935,21}{76,29}$$

$$S = 379,3$$

$$S = 379$$

Jadi, penelitian ini membutuhkan 379 sampel responden agar tercapainya tingkat kesalahan 5%, hasil pengukuran jumlah sampel rumus Isaac dan Michael dari populasi mahasiswa S1 Univesitas Jambi yang menggunakan *Paylater*.

Untuk menghindari data bias maka peneliti membuat kluster sampel dengan rumus berikut:

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan:

ni = Jumlah sampel

n = Jumlah seluruh sampel

Ni = Jumlah populasi

N = Jumlah seluruh populasi

Dari jumlah sampel yang sudah diketahui, sebaran jumlah sampel mahasiswa yang dapat diambil adalah:

Tabel 3.1 Sebaran Jumlah Sampel

| No | Fakultas | Jumlah Mahasiswa | Jumlah Sampel (ni) |
|----|--|------------------|--|
| 1 | Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan | 8940 | $ni = \frac{8.940}{30.133} \times 379 = 112$ |
| 2 | Fakultas Hukum | 4279 | $ni = \frac{4.279}{30.133} \times 379 = 54$ |
| 3 | Fakultas Ekonomi dan Bisnis | 4010 | $ni = \frac{4.010}{30.133} \times 379 = 50$ |
| 4 | Fakultas Pertanian | 4853 | $ni = \frac{4.853}{30.133} \times 379 = 61$ |
| 5 | Fakultas Peternakan | 1549 | $ni = \frac{1.549}{30.133} \times 379 = 20$ |
| 6 | Fakultas Sains dan Teknologi | 3642 | $ni = \frac{3.642}{30.133} \times 379 = 46$ |
| 7 | Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan | 2860 | $ni = \frac{2.860}{30.133} \times 379 = 36$ |
| | JUMLAH | 30.133 | 379 |

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2023)

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Data primer penelitian ini didapatkan langsung dan diperoleh dari responden dengan menyebarkan kuesioner menggunakan google forms selanjutnya dapat diolah menggunakan alat analisis.

- o Data Cross Section

Data *cross section* (silang tempat) merupakan data yang dikumpulkan dari objek dan instrumen yang berbeda di waktu tertentu (Sugiyono, 2019). Digunakan dalam mengamati bagaimana respon dari objek pada periode yang sama, yang akhirnya antara objek pengamatan terdapat adanya variasi data.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder penelitian ini berasal dari data dan kajian penelitian terdahulu.

3.4 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan adalah Universitas Jambi dengan penyelenggaraan penelitian di semester genap tahun 2023.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Definisi Operasional

| Variabel | Definisi | Indikator | Item | Skala |
|------------------------|---|----------------------|---|--------|
| Literasi Keuangan (LK) | Gabungan antara kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap serta perilaku dalam menciptakan keputusan keuangan dengan tepat, dan bertujuan untuk mencapai kesejahteraan finansial suatu individu. (OECD/INFE, 2022) | Pengetahuan Keuangan | Mengetahui pemahaman dasar keuangan inflasi | Likert |
| | | | Mengetahui pemahaman dasar keuangan diversifikasi | |
| | | | Mengetahui pemahaman dasar keuangan resiko | |
| | | Perilaku | Berpikir sebelum | |

| | | | | |
|-------------------------------------|---|-------------------------|--|--------|
| | | Keuangan | melakukan pembelian | |
| | | | Meminjam ketika mampu melunasi | |
| | | | Membayar tagihan tepat waktu | |
| | | Sikap Keuangan | Sikap menghabiskan uang | |
| | | | Tidak merencanakan keuangan | |
| <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) | Konsep yang menggambarkan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan lebih mudah baginya. (Davis, 1989) | Upaya Fisik | Mudah diatur sebagai pembayaran | Likert |
| | | | <i>Paylater</i> tidak melelahkan | |
| | | Upaya Mental | Membutuhkan banyak usaha mental | |
| | | | Menimbulkan perasaan frustrasi | |
| | | Kemudahan Dipelajari | Mudah mengingat cara menggunakan <i>paylater</i> . | |
| | | | Sulit digunakan tanpa panduan | |
| <i>Perceived Usefulness</i> (PU) | Seberapa besar kepercayaan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya dalam sebuah pekerjaan (Davis, 1989) | Efektivitas | <i>Paylater</i> meningkatkan efektivitas | Likert |
| | | | <i>Paylater</i> meningkatkan kinerja keuangan | |
| | | Produktif dan Menghemat | Pembayaran menjadi lebih cepat | |

| | | | | |
|--|--|--|---|--------|
| | | Waktu | Menghemat waktu dalam pembayaran | |
| | | Kepentingan Sistem | Menggunakan <i>paylater</i> membuat pengelolaan keuangan saya menjadi lebih mudah | |
| | | | <i>Paylater</i> membantu dalam melakukan pembayaran | |
| <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> | Reaksi atau perasaan subjektif yang negatif ataupun positif dari seseorang terhadap suatu sistem yang akan digunakan (Davis, 1993) | Sikap Menggunakan | Menarik dan tidak bosan | Likert |
| | | | Rasa senang | |
| Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> (PUP) | Penggunaan salah satu teknologi di bidang keuangan berupa pemberi pinjaman dan penerima pinjaman bertransaksi tanpa harus bertemu. (OJK, 2019) | Niat Menggunakan Ulang (<i>Intention to Reuse</i>) | Niat penggunaan berkelanjutan. | Likert |
| | | | Penggunaan berkelanjutan. | |

3.5 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan jenis statistik yang berguna dalam menganalisis data dengan cara memberikan deskripsi atau gambaran mengenai data yang telah dikumpulkan, sehingga dapat digunakan untuk membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Saat melakukan penelitian pada populasi tertentu, analisis statistik deskriptif juga sering digunakan (Sugiyono, 2019). Untuk mengetahui tingkat skor yang diperoleh dari variabel yang sedang diteliti, dapat digunakan metode klasifikasi berdasarkan rentang skala nilai. Dapat digunakan rumus sebagai berikut (Wahyuni, 2012):

$$i = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:

I : Interval Kelas

X_n : Nilai Data Tertinggi

X₁ : Nilai Data Terendah

k : Jumlah Kelas

Untuk menentukan rentang nilai terendah dan tertinggi, dapat dilakukan dengan mengalikan jumlah populasi atau sampel dengan bobot nilai terendah dan tertinggi dalam skala pengukuran. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk melakukan hal tersebut:

$$\text{Rentang skor terendah} = n \times \text{skor terendah} = 379 \times 1 = 379$$

$$\text{Rentang skor tertinggi} = n \times \text{skor tertinggi} = 379 \times 5 = 1.895$$

Maka dapat diklasifikasikan dengan:

$$i = \frac{1.895 - 379}{5}$$

$$i = 303,2$$

3.6 SEM PLS

Dalam melakukan analisis data pada penelitian kuantitatif yang akan dilakukan, maka perlu teknik analisis *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM), dan alat yang bisa digunakan SmartPLS. Khususnya SmartPLS dipilih karena dapat diterapkan pada berbagai jenis skala data, termasuk skala interval, ordinal, nominal, dan rasio, serta memiliki fleksibilitas dalam memenuhi syarat asumsi yang diperlukan.

Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) adalah suatu metode statistik multivariat yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel laten dalam suatu model.

Dalam melakukan analisis PLS-SEM, terdapat dua sub-model yang umumnya digunakan, yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau disebut juga *outer model*, serta model struktural (*structural model*) atau disebut juga *inner model*. Model pengukuran menjelaskan bagaimana *observed variabel* atau variabel manifest merepresentasikan variabel laten

yang ingin diukur. Sementara model struktural menjelaskan seberapa kuat hubungan antara variabel laten atau konstruk. (Ghozali & Latan, 2015)

Tabel 3.3 Istilah dalam SEM-PLS

| Istilah | Pengertian |
|--------------------------|--|
| Konstruk Eksogen | Variabel yang tidak dapat diprediksi oleh variabel-variabel lain didalam suatu model. Konstruk eksogen disebut juga variabel independen. |
| Konstruk Endogen | Merupakan variabel yang diprediksi oleh satu atau beberapa variabel. Konstruk endogen dapat memprediksi endogen lainnya, tetapi hanya berhubungan secara kasual. Dapat disebut juga dengan variabel dependen |
| Variabel Laten | Variabel laten adalah variabel yang sulit untuk diukur langsung atau variabel yang nilai kuantitatifnya tidak diketahui langsung secara tampak. |
| <i>Observed Variabel</i> | Variabel manifest merupakan sebuah variabel yang memiliki besaran kuantitatif yang dapat diukur secara langsung, seperti skor respon subjek pada instrumen pengukuran. |

3.6.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer model*)

Outer model digunakan dalam penelitian memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan secara tepat merepresentasikan konstruk yang diukur. Uji validitas digunakan menilai sejauh mana instrumen penelitian mengukur konstruk yang sebenarnya, sementara uji reliabilitas digunakan dalam mengukur konsistensi pengukuran terhadap objek yang sama. Tahap awal bisa dilakukan uji validitas konvergen yang memperhatikan faktor muatan (*loading factor*) dan *Average Variance Extracted* (AVE), kemudian dilanjutkan dengan uji validitas diskriminan melalui analisis *Cross Loading*, HTMT. Terakhir, dilakukan uji reliabilitas dengan *Composite Reliability*.

Persamaan *outer model* reflektif dapat ditulis sebagai berikut:

$$x = \Lambda_x \xi + \varepsilon_x$$

$$y = \Lambda_y \eta + \varepsilon_y$$

Dimana x dan y adalah indikator variabel laten eksogen (ξ) dan endogen (η), sedangkan untuk Λ_x dan Λ_y adalah matriks loading yang merepresentasikan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variabel laten dengan indikatornya. ε_x dan ε_y merupakan residual yang diukur serta mewakili kesalahan pengukuran dalam persamaan.

Tabel 3.4 *Rule of Thumb Outer model*

| Validitas dan Reliabilitas | Parameter | <i>Rule of Thumb</i> |
|-----------------------------------|---|---|
| Validitas Konvergen | <i>Loading Factor</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ > 0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> ▪ > 0,60 untuk <i>Exploratory Research</i> |
| | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | ▪ > 0,50 untuk <i>Confirmatory</i> dan <i>Exploratory Research</i> |
| | <i>Communality</i> | ▪ > 0,50 untuk <i>Confirmatory</i> dan <i>Exploratory Research</i> |
| Validitas Diskriminan | <i>Cross Loading</i> | > 0,70 untuk setiap variabel |
| | <i>Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten</i> | Akar Kuadrat AVE > Korelasi antar Konstruk Laten |
| | <i>Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT)</i> | HTMT < 0,90 |
| Reliabilitas | <i>Cronbach Alpha</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ > 0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> ▪ > 0,60 untuk <i>Exploratory</i> |

| | | |
|--|------------------------------|--|
| | | <i>Research</i> masih dapat diterima |
| | <i>Composite Reliability</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ > 0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> ▪ > 0,60 untuk <i>Exploratory Research</i> masih dapat diterima |

Sumber: (Ghozali & Latan, 2015)

1. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Tujuan dari uji validitas konvergen adalah untuk mengevaluasi keabsahan hubungan antara indikator dan variabel laten atau konstruk yang diukur. Validitas konvergen berkaitan dengan prinsip bahwa indikator-indikator (variabel manifest) yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk seharusnya memiliki hubungan yang kuat di antara mereka. *Loading factor* sebesar 0,60 digunakan sebagai ukuran validitas konvergen dengan penelitian yang bersifat eksploratori, sementara batasan 0,70 digunakan dalam penelitian konfirmatori. Dan sebagai indikator validitas konvergen, AVE (*Average Variance Extracted*) yang digunakan harus memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5.

a. *Outer Loading/Loading Factor*

Dalam konteks SEM, nilai *loading* menggambarkan korelasi antara variabel laten atau konstruk dengan indikatornya. Indikator yang memiliki *loading* rendah menunjukkan bahwa indikator tersebut tidak efektif dalam model pengukuran. Sebagai patokan, idealnya nilai *loading* seharusnya lebih besar dari 0,7 untuk menunjukkan kecocokan yang baik antara indikator dan variabel laten.

b. AVE (*Average Variance Extracted*)

Indeks AVE digunakan untuk menilai seberapa banyak variasi dalam indikator yang dapat dijelaskan oleh variabel laten atau konstruk dibandingkan dengan variasi yang disebabkan oleh

kesalahan pengukuran. Nilai AVE yang diharapkan harus lebih dari 0,5. Rumus dari AVE adalah sebagai berikut:

$$AVE = \frac{(\sum \lambda_i^2) \text{ var F}}{(\sum \lambda_i^2) \text{ var F} + \sum \theta_{ii}}$$

Keterangan:

λ_i = *factor loading*

F = *factor variance*

θ_{ii} = *error variance*

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

a. *Cross Loading*

Penggunaan cross loading dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah sebuah konstruk memiliki validitas diskriminan yang memadai atau tidak. Hal ini dilakukan dengan membandingkan korelasi antara indikator dari suatu konstruk dengan konstruk lainnya. Jika korelasi antara setiap indikator konstruk tersebut lebih tinggi dibandingkan konstruk lain, maka konstruk tersebut dianggap memiliki validitas diskriminan yang baik.

b. HTMT

Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT) juga dapat dilakukan untuk menguji validitas diskriminan, dan dianjurkan bahwa HTMT < 0,90 sangat baik dan validitas diskriminan telah tercapai antara pasangan konstruk reflektif.

3. Reliabilitas

a. *Composite Reliability*

Ada dua metode yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk menggunakan indikator reflektif, yaitu Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* (CR). Dalam menguji reliabilitas konstruk, penggunaan Cronbach's Alpha dapat menghasilkan nilai yang lebih rendah dari sebenarnya (*under estimate*), sehingga disarankan untuk menggunakan *Composite Reliability* sebagai alternatif yang lebih baik (Ghozali & Latan, 2015).

Untuk *Composite Reliability*, disarankan agar nilainya lebih besar dari 0,7 sebagai indikator reliabilitas yang baik untuk yang sifatnya confirmatory serta nilai 0,6-0,7 ditujukan untuk explanatory. Rumus yang dapat digunakan yaitu :

$$Pc = \frac{(\sum \lambda_i)^2 \text{ var F}}{(\sum \lambda_i)^2 \text{ var F} + \sum \theta_{ii}}$$

Keterangan:

λ_i = *factor loading*

F = *factor variance*

θ_{ii} = *error variance*

3.6.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model, yang juga dikenal sebagai inner relation, adalah representasi hubungan antara variabel laten (*structural model*) berdasarkan teori substantif penelitian. Dalam konteks ini, diasumsikan bahwa variabel laten dan indikatornya, atau variabel manifestasi, memiliki skala nol dan varian satu, sehingga parameter lokasi atau konstanta dapat dihilangkan dari model. Berikut model persamaan yang dapat ditulis :

$$\eta = \beta\eta + \Gamma \xi + \zeta$$

Keterangan:

η = variabel endogen

ξ = variabel laten eksogen

ζ = residual

Untuk mengevaluasi model struktural, digunakan beberapa metode, yaitu *R-square* untuk mengukur variabilitas konstruk dependen, uji *Q-square* untuk menguji relevansi prediksi, serta uji t dan signifikansi koefisien parameter jalur struktural untuk menentukan pengaruh signifikan dari variabel laten terhadap variabel laten lainnya.

Tabel 3.5 Rule of Thumb inner Model

| Kriteria | Rule of Thumb |
|---|---|
| <i>R Square</i> | 0,67, 0,33 dan 0,19 menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah (Chin, 2010) 0,75, 0,50 dan 0,25 menunjukkan model kuat, moderat, dan lemah (Hair et al., 2015) |
| <i>Effect Size f²</i> | 0,02, 0,15 dan 0,35 (kecil, menengah dan besar) |
| <i>Q² predictive relevance</i> | $Q^2 > 0$ menunjukkan model mempunyai <i>predictive relevance</i> dan jika $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki <i>predictive relevance</i> |
| <i>q² predictive relevance</i> | 0,02, 0,15 dan 0,35 (lemah, moderat dan kuat) |
| Signifikansi (two-tailed) | t-value 1,65 (<i>significance level</i> = 10%), 1,96 (<i>significance level</i> = 5%), dan 2,58 (<i>significance level</i> = 1%). |

Sumber: (Ghozali & Latan, 2015)

1. Path Coefficient

Analisis jalur (*path analysis*) pada *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel laten (konstruk) dalam suatu model. Dalam SEM-PLS, analisis jalur menggambarkan hubungan sebab-akibat antara variabel laten melalui koefisien jalur.

2. F Square

F-Square dilakukan untuk menganalisis tingkat pengaruh prediksi variabel apakah lemah, moderat, atau kuat pada tingkat struktural. Nilai *F-Square* sebesar 0,02 mengindikasikan prediksi variabel memiliki pengaruh yang kecil, nilai *F-Square* sebesar 0,15 mengindikasikan pengaruh menengah (sedang) dan 0,35 mengindikasikan pengaruh yang besar.

3. *R Square*

Dalam mengevaluasi struktural, evaluasi dimulai dengan melihat nilai *R-squared* (R^2) untuk setiap variabel endogen sebagai indikator kekuatan prediksi model struktural. Perubahan dalam nilai R^2 dapat memberikan pemahaman tentang sejauh mana variabel laten eksogen mempengaruhi variabel laten endogen secara substantif. Dikemukakan bahwa nilai *R-squared* sekitar 0,75, 0,50, dan 0,25 dapat diberikan interpretasi sebagai model yang memiliki kekuatan kuat, moderat, dan lemah secara berturut-turut. Hasil *R-squared* pada analisis PLS mewakili sejauh mana variasi dari konstruk yang dapat dijelaskan oleh model (Ghozali & Latan, 2015). Semakin tinggi nilai R^2 , semakin baik kualitas model prediksi dan model penelitian yang diajukan.

4. *Q Square*

Selain memperhatikan nilai *R-squared*, evaluasi model PLS juga dapat dilakukan dengan menggunakan Q^2 , yaitu ukuran relevansi prediksi atau penggunaan ulang sampel prediksi yang mencerminkan hasil sintesis dari validasi silang dan kualitas fitting model dalam memprediksi variabel yang diamati serta mengestimasi parameter konstruk. Ketika nilai Q^2 lebih besar dari 0 ($Q > 0$), hal ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediksi yang baik. Sebaliknya, jika nilai Q^2 kurang dari 0 ($Q < 0$), hal ini menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediksi yang kurang. (Ghozali & Latan, 2015). Q^2 mengukur sejauh mana model mampu menghasilkan nilai observasi dengan estimasi parameter yang diberikan..

5. Model Fit (*Goodness of Fit*)

Tabel 3.6 Rule of Thumb Fit Model

| Kriteria | Rule of Thumb |
|-----------------------|--|
| NFI | $NFI > 0,90$ |
| SRMR | $SRMR < 0,08$ |
| RMS_{θ} | RMS_{θ} mendekati nol |
| <i>Exact fit Test</i> | $Chi_Square = \text{Kecil}, p > 0,05$ |

| | |
|--|---|
| | Df = $(K^2 + K) / 2 - t$, K = jumlah indikator dalam model, t jumlah variabel eksogen yang diestimasi. |
|--|---|

Sumber: (Ghozali & Latan, 2015)

SRMR

Standardized Root Mean Square Residual merupakan ukuran nilai absolut rata-rata yang diperoleh dari residual kovarian, standar akar rata-rata kuadrat residual (SRMR) didasarkan pada transformasi matriks kovarian sampel dan matriks kovarian yang diprediksi menjadi matriks korelasi.

SRMR didefinisikan sebagai perbedaan antara korelasi yang diamati dan model matriks korelasi tersirat. Dengan demikian, ini memungkinkan untuk menilai besarnya rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan yang diharapkan sebagai ukuran absolute dan kriteria kecocokan model.

6. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

Dalam mengevaluasi signifikansi pengaruh antara variabel, diperlukan prosedur *bootstrapping*. Prosedur *bootstrapping* melibatkan pengambilan sampel ulang dari seluruh sampel asli. (Hair et al., 2015) merekomendasikan penggunaan 5.000 sampel bootstrap, dengan catatan jumlah tersebut harus lebih besar daripada ukuran sampel asli. Namun, literatur seperti (Chin, 2010) menyatakan bahwa penggunaan 200-1000 sampel bootstrap sudah cukup untuk mengoreksi estimasi standar error PLS (Ghozali & Latan, 2015). Dalam metode *bootstrap resampling*, nilai signifikansi yang digunakan adalah t-value 1,65 untuk tingkat signifikansi 10%, 1,96 untuk tingkat signifikansi 5%, dan 2,58 untuk tingkat signifikansi 1%.

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Literasi Keuangan

H₁₀ : Tidak ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap *Attitude Toward Using*.

H₁₁ : Ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap *Attitude Toward Using*.

H2₀ : Tidak ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

H2₁ : Ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

2) *Perceived Ease of Use*

H3₀ : Tidak ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*.

H3₁ : Ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*.

H4₀ : Tidak ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

H4₁ : Ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

3) *Perceived Usefulness*

H5₀ : Tidak ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*.

H5₁ : Ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*.

H6₀ : Tidak ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

H6₁ : Ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

4) *Attitude Toward Using*

H7₀ : Tidak ada pengaruh antara *Attitude Toward Using* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

H7₁ : Ada pengaruh antara *Attitude Toward Using* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

7. Analisis SEM dengan efek mediasi

Dalam analisis menggunakan PLS, untuk menguji efek mediasi, digunakan prosedur yang dikembangkan oleh (Baron & Kenny, 1986) dalam (Ghozali & Latan, 2015). Prosedur ini melibatkan tiga model uji.

1. Pertama, dilakukan uji untuk melihat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, yang harus memiliki tingkat signifikansi dengan t-statistik $> 1,96$.
2. Kedua, dilakukan uji untuk melihat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel mediasi, yang juga harus signifikan pada tingkat signifikansi t-statistik $> 1,96$.
3. Terakhir, dilakukan uji secara simultan untuk melihat pengaruh variabel eksogen dan mediasi terhadap variabel endogen.

Jika pada tahap akhir, pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen tidak signifikan, tetapi pengaruh variabel mediasi terhadap variabel endogen signifikan pada tingkat signifikansi t-statistik $> 1,96$, dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel mediasi memainkan peran sebagai penghubung antara variabel eksogen dan endogen.

Hipotesis yang menggunakan mediasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H8₀ : Tidak ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

H8₁ : Ada pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

H9₀ : Tidak ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

H9₁ : Ada pengaruh antara *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

H10₀ : Tidak ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

H10₁ : Ada pengaruh antara *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini terdapat penjelasan berupa gambaran umum mengenai tempat penelitian yang dilaksanakan yaitu Universitas Jambi dan gambaran umum mengenai objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu *paylater*.

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian

4.1.1 Sejarah Universitas Jambi

Universitas Jambi didirikan pada tanggal 23 Oktober 1963 dan merupakan salah satu perguruan tinggi terkemuka di wilayah Jambi. Universitas ini memiliki berbagai fakultas dan program studi yang mencakup berbagai disiplin ilmu, termasuk ilmu sosial, ilmu alam, teknik, pertanian, dan kedokteran.

4.1.2 Visi dan Misi Universitas Jambi

Salah satu tujuan utama Universitas Jambi adalah menyediakan pendidikan berkualitas tinggi dan menghasilkan lulusan yang kompeten dan siap untuk berkontribusi dalam pembangunan masyarakat dan bangsa. Universitas ini juga aktif dalam penelitian dan pengembangan, dengan tujuan untuk menghasilkan pengetahuan baru dan solusi bagi masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Selain kegiatan akademik, Universitas Jambi juga memiliki berbagai kegiatan mahasiswa dan organisasi yang mendukung pengembangan kepribadian dan keterampilan mahasiswa di luar ruang kelas. Universitas ini juga memiliki berbagai fasilitas pendukung seperti perpustakaan, laboratorium, ruang kuliah, dan area olahraga.

a. Visi Universitas Jambi

“Menjadikan UNJA Sebagai A World-Class Enterprenuership University Di Bidang Agroindustri dan Lingkungan.” (Universitas Jambi, 2021)

b. Misi Universitas Jambi

1. Mengupayakan dan menjamin akses pendidikan tinggi yang berkualitas dan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat dengan berlandaskan pada asas kesetaraan serta layanan prima pendidikan tinggi.
2. Mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
3. Melaksanakan pendidikan berkualitas serta mengembangkan kreativitas entrepreneur sesuai dengan bakat dan minat mahasiswa.
4. Menghasilkan para lulusan entrepreneur dari berbagai bidang keilmuan yang kompetitif serta mampu mengaplikasikan ilmu sesuai bidangnya secara profesional.
5. Melaksanakan berbagai penelitian kreatif dan inovatif yang mendukung pelaksanaan pendidikan entrepreneur yang berkualitas untuk menghasilkan lulusan yang kompetitif, baik di tingkat nasional maupun internasional.
6. Meningkatkan standar mutu akademik yang berstandar Nasional dan Internasional. (Universitas Jambi, 2021)

c. Tujuan Universitas Jambi

1. Terjaminnya akses pendidikan tinggi yang berkualitas dan terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat yang berlandaskan pada asas kesetaraan serta layanan prima pendidikan;
2. Berkembang dan tersebar-luasnya ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat;
3. Terlaksananya pendidikan berkualitas serta berkembangnya kreativitas entrepreneur sesuai dengan bakat dan minat mahasiswa;
4. Terlaksananya berbagai penelitian kreatif dan inovatif yang mendukung pelaksanaan pendidikan entrepreneur yang berkualitas

untuk menghasilkan lulusan yang kompetitif, baik di tingkat nasional maupun internasional; dan

5. Meningkatnya standar mutu akademik yang berstandar nasional dan internasional. (Universitas Jambi, 2021)

4.1.3 Lokasi Universitas Jambi

1. UNJA Mendalo

Kampus UNJA Mendalo atau kampus pinang masak, terletak di lokasi Jl. Jambi - Muara Bulian No. KM. 15, Mendalo Darat, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Kampus ini memiliki luas wilayah sebesar 100,1 Ha yang meliputi gedung perkuliahan dan perkantoran hingga kawasan hutan dan kebun-kebun percobaan. Secara umum penyelenggaraan pendidikan terjadi di UNJA Mendalo sejak tahun 1986, serta kebanyakan program studi dari 14 fakultas di Universitas Jambi yang kini diintegrasikan menjadi 7 fakultas umumnya diselenggarakan di UNJA Mendalo.

2. UNJA Pasar

Kampus UNJA Pasar merupakan kampus yang memiliki wilayah seluas 0,72 Ha dengan model bangunan berbentuk bangunan tua bergaya klasik (peninggalan Belanda). Terletak di kawasan pusat bisnis dan perdagangan di Kota Jambi, yaitu kawasan pasar beralamat di Jl. Raden Mattaher No.21, Ps. Jambi, Kec. Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36123. Karena letaknya yang berada di jalan Raden Mattaher Kecamatan Pasar Jambi menyebabkan masyarakat mengenalnya sebagai "Kampus Unja Pasar". Sekarang digunakan sebagai tempat pengelola proyek Pengembangan Perguruan Tinggi (P2T) dan penyelenggaraan Universitas Terbuka.

3. UNJA Telanaipura

Dikenal sebagai "Kampus Unja Telanaipura" karena kampusnya terletak di Kecamatan Telanaipura, yaitu kawasan perkantoran Provinsi Jambi. Beralamat lengkap Jl. Arif Rahman Hakim, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361. Kampus ini meliputi wilayah

seluas 11,9 Ha, yang meliputi bangunan-bangunan tempat penyelenggaraan perkuliahan, laboratorium, aula dan perumahan dosen dan pejabat Universitas Jambi. Pada saat ini, digunakan untuk penyelenggaraan program non reguler dan pasca sarjana.

4. UNJA Muara Bulian

Kampus UNJA Muara Bulian terletak di Kota Muara Bulian Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batang Hari. Kampus ini dapat digunakan sebagai program Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD) Prajabatan, yang dikelola oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP).

5. UNJA Sarolangun

Kampus UNJA Sarolangun terletak di Kabupaten Sarolangun beralamat lengkap di Rantau Tenang, Kecamatan Pelawan, Kabupaten Sarolangun, Jambi 37481. Kampus ini diresmikan pada tanggal 16 April 2007 oleh Dirjen Dikti. Didirikan atas kerjasama Pemda Sarolangun dan Universitas Jambi.

6. UNJA Muara Sabak

Beralamat lengkap di Bar, Rano, Kec. Muara Sabak Barat, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, Jambi 36764. Dan digunakan untuk penyelenggaraan Prodi Teknologi Hasil Perikanan (D3).

7. UNJA Buluran

UNJA Buluran memiliki alamat lengkap Jl. Letjen Suprpto No.33, Telanaipura, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36361. UNJA Buluran merupakan lokasi di mana Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Jambi (FKIK UNJA) diselenggarakan. FKIK UNJA secara resmi didirikan pada tanggal 10 Oktober 2012 berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Jambi Nomor 748/UN21/DT/2012 yang mengatur pendirian fakultas tersebut. Kemudian, pada tanggal 26 Januari 2013, susunan organisasi FKIK UNJA dibentuk dan disahkan melalui Surat Keputusan Rektor Nomor 21/UN21/KP/2013.

8. UNJA Pondok Meja

Kampus Pondok Meja terletak di Perbatasan Kota Jambi dan Kabupaten Muaro Jambi yang beralamat lengkap di Pondok Meja, Kecamatan Mestong, Kabupaten Muaro Jambi, Jambi 36361. Yang digunakan sebagai penyelenggaraan Tiga (3) Fakultas yaitu: Fakultas Teknik, Fakultas Teknologi Pertanian dan Fakultas Kesehatan Masyarakat.

9. UNJA Kuala Tungkal

Beralamat lengkap di Jl. Harapan, Tungkal Harapan, Kec. Tungkal Ilir, Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Jambi 36514. Kampus Universitas Jambi Kuala Tungkal didirikan dan diresmikan Langsung oleh Rektor Universitas Jambi Prof. Dr. H. Aulia Tasman, S.E., M.Sc. pada tanggal 28 Juni 2012 yang didirikan atas kerjasama antara Universitas Jambi dan Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Barat, dan telah membuka Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan. Dengan SK Kemendikbud RI, maka tahun ajaran 2013/2014 menerima mahasiswa baru untuk 2 (Dua) Prodi, yaitu Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Ilmu Hukum.

4.1.4 Jumlah Mahasiswa Universitas Jambi

Universitas Jambi yang saat ini memiliki 7 fakultas memiliki jumlah mahasiswa S1 pada semester genap 2023 sebanyak 30.133 mahasiswa, dan berikut data mahasiswa S1 Universitas Jambi :

Tabel 4.1 Sebaran Jumlah Mahasiswa Universitas Jambi

| Fakultas | Program Studi | Jumlah Mahasiswa |
|--|--|------------------|
| Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan | Administrasi Pendidikan | 421 |
| | Bimbingan dan Konseling | 670 |
| | Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia | 575 |
| | Pendidikan Bahasa Inggris | 602 |

| | | |
|------------------------------------|--|-------------|
| | Pendidikan Biologi | 555 |
| | Pendidikan Ekonomi | 485 |
| | Pendidikan Fisika | 363 |
| | Pendidikan Guru PAUD | 431 |
| | Pendidikan Guru Sekolah Dasar | 747 |
| | Pendidikan Kimia | 387 |
| | Pendidikan Matematika | 538 |
| | Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan | 393 |
| | Pendidikan Sejarah | 352 |
| | Arkeologi | 279 |
| | Pendidikan Bahasa Arab | 225 |
| | Ilmu Sejarah | 243 |
| | Sastra Indonesia | 264 |
| | Seni Drama Tari dan Musik | 236 |
| | Kepelatihan Olahraga | 335 |
| | Pendidikan Olahraga dan Kesehatan | 839 |
| Total Mahasiswa | | 8940 |
| Fakultas Hukum | Ilmu Hukum | 3025 |
| | Ilmu Pemerintahan | 721 |
| | Ilmu Politik | 533 |
| Total Mahasiswa | | 4279 |
| Fakultas Ekonomi dan Bisnis | Akuntansi | 1068 |
| | Bisnis Digital | 47 |

| | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|-------------|
| | Ekonomi Islam | 580 |
| | Ekonomi Pembangunan | 1127 |
| | Kewirausahaan | 58 |
| | Manajemen | 1130 |
| Total Mahasiswa | | 4010 |
| Fakultas Pertanian | Agribisnis | 1328 |
| | Agroteknologi | 1342 |
| | Kehutanan | 868 |
| | Teknik Pertanian | 430 |
| | Teknologi Hasil Pertanian | 480 |
| | Teknologi Industri Pertanian | 405 |
| Total Mahasiswa | | 4853 |
| Fakultas Pertanian | Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan | 463 |
| | Peternakan | 1086 |
| Total Mahasiswa | | 1549 |
| Fakultas Sains dan Teknologi | Biologi | 257 |
| | Fisika | 168 |
| | Kimia | 235 |
| | Matematika | 224 |
| | Sistem Informasi | 728 |
| | Teknik Geofisika | 232 |
| | Teknik Geologi | 285 |
| | Teknik Pertambangan | 412 |
| | Teknik Elektro | 269 |

| | | |
|---|---------------------------|-------------|
| | Teknik Kimia | 239 |
| | Teknik Lingkungan | 292 |
| | Teknik Sipil | 301 |
| Total Mahasiswa | | 3642 |
| Fakultas Kedokteran dan Ilmu kesehatan | Ilmu Keperawatan | 359 |
| | Kedokteran | 622 |
| | Psikologi | 455 |
| | Ilmu Kesehatan Masyarakat | 1065 |
| | Farmasi | 359 |
| Total Mahasiswa | | 2860 |

Sumber: Diolah oleh Peneliti dari pddikti (2023)

4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

Paylater adalah suatu mekanisme pembayaran di mana pengguna dapat melakukan pembelian produk atau layanan terlebih dahulu, namun pembayaran akan ditangguhkan untuk periode waktu tertentu. Objek penelitian ini berfokus pada penerimaan terhadap penggunaan ulang *paylater*. Dalam konteks penelitian ini, fokusnya adalah pada penerimaan atau sikap pengguna terhadap penggunaan ulang fitur *paylater* setelah pengalaman pertama mereka menggunakan layanan ini.

4.2.1 Sejarah *Paylater*

Paylater adalah konsep keuangan yang memungkinkan seseorang untuk melakukan pembelian atau membayar produk dan layanan secara nantinya dengan mengajukan kredit atau pinjaman tanpa jaminan. Ide dasar di balik *Paylater* adalah memberikan kemudahan akses ke uang tunai kepada konsumen, terutama dalam transaksi *online*.

Konsep *Paylater* tidak sepenuhnya baru, tetapi perkembangannya yang pesat terutama terjadi dalam beberapa tahun terakhir dengan adanya kemajuan teknologi dan perusahaan fintech yang inovatif. *Paylater* pertama

kali muncul sebagai opsi pembayaran di toko *online*, di mana konsumen dapat memilih untuk membayar belanja mereka dalam beberapa cicilan atau dalam waktu yang tertunda. Ini memberikan keuntungan bagi konsumen dengan memungkinkan mereka untuk membeli produk atau layanan dengan segera tanpa harus membayar dengan uang tunai secara langsung.

Dalam beberapa tahun terakhir, aplikasi dan perusahaan fintech seperti Klarna, Afterpay, dan Affirm telah muncul dan menjadi populer di banyak negara. Mereka menawarkan layanan *Paylater* yang lebih fleksibel, di mana konsumen dapat melakukan pembelian dengan metode pembayaran *Paylater* dan kemudian membayar dalam beberapa cicilan bulanan. Biasanya, mereka menawarkan bunga nol atau rendah jika pembayaran dilakukan tepat waktu.

Paylater telah menjadi bagian penting dari industri e-commerce dan konsumen semakin mengadopsi metode pembayaran ini karena kemudahannya. Ini juga memungkinkan konsumen untuk memperoleh akses ke produk dan layanan yang mungkin sebelumnya tidak mampu mereka beli secara langsung.

Namun, penting juga untuk diingat bahwa penggunaan *Paylater* harus dilakukan dengan bijak. Konsumen harus memahami dan mengelola kewajiban keuangan mereka dengan hati-hati agar tidak terjebak dalam siklus utang yang sulit dibayar.

4.2.2 Manfaat Penggunaan *Paylater*

Penggunaan *Paylater* memiliki beberapa manfaat, terutama bagi konsumen yang membutuhkan fleksibilitas dalam pembayaran dan akses cepat ke dana. Berikut adalah beberapa manfaat penggunaan *Paylater*:

1. Kemudahan dan kecepatan: *Paylater* memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian secara instan tanpa perlu membayar dengan uang tunai secara langsung. Hal ini sangat berguna dalam transaksi *online* di mana pembayaran segera diperlukan. Dengan menggunakan *Paylater*, konsumen dapat menyelesaikan transaksi hanya dengan beberapa langkah sederhana.

2. **Fleksibilitas pembayaran:** *Paylater* memberikan opsi pembayaran yang lebih fleksibel. Konsumen dapat memilih untuk membayar dalam beberapa cicilan bulanan, yang memungkinkan mereka untuk membagi pembayaran menjadi jumlah yang lebih kecil dan terjangkau selama periode waktu tertentu. Ini memungkinkan konsumen untuk membeli barang atau layanan yang mungkin memiliki harga yang tinggi atau di luar anggaran mereka.
3. **Akses ke produk dan layanan:** *Paylater* memungkinkan konsumen untuk memperoleh akses langsung ke produk atau layanan yang mungkin tidak dapat mereka beli secara langsung dengan uang tunai. Ini memberikan fleksibilitas finansial dan kesempatan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan segera tanpa harus menunda pembelian atau menabung untuk jangka waktu yang lebih lama.
4. **Perlindungan pembayaran:** Beberapa layanan *Paylater* menawarkan perlindungan pembayaran, di mana konsumen dapat mengajukan klaim jika ada masalah dengan produk atau layanan yang dibeli. Hal ini memberikan keamanan tambahan bagi konsumen dan dapat membantu mereka mendapatkan pengembalian dana jika terjadi masalah.
5. **Peningkatan skor kredit:** Penggunaan *Paylater* yang bertanggung jawab dan pembayaran yang tepat waktu dapat membantu meningkatkan skor kredit konsumen. Jika konsumen membayar cicilan *Paylater* dengan baik, hal ini mencerminkan kedisiplinan dan kemampuan keuangan yang baik, yang dapat meningkatkan reputasi kredit mereka di mata lembaga keuangan.

Meskipun terdapat manfaat yang signifikan dalam penggunaan *Paylater*, penting untuk menggunakannya dengan bijak. Konsumen harus memperhatikan batasan keuangan mereka, memahami persyaratan dan biaya yang terkait dengan penggunaan *Paylater*, serta memastikan bahwa mereka dapat membayar cicilan secara tepat waktu.

4.2.3 Penyedia *Paylater*

Beberapa *paylater* yang digunakan oleh *merchant* (pemilik usaha yang memperdagangkan barang atau jasanya melalui *marketplace* atau toko *online*), yaitu :

1. Shopee *Paylater*

Shopee Paylater dapat digunakan di aplikasi Shopee sebagai salah satu metode pembayaran alternatif selain *ShopeePay* dan instrumen pembayaran lainnya.

2. Akulaku

Akulaku tersedia di *merchant* khusus yang disediakan di aplikasi akulaku, dan banyak *merchant* lain seperti PegiPegi, Tiket.com, JD.ID, Blibli, Bukalapak, Shopee, serta masih banyak lagi yang lain, tidak terkecuali untuk layanan *offline* sekalipun.

3. Dana *Paylater*

Dana *Paylater* khususnya dapat digunakan untuk pembayaran dalam aplikasi Dana seperti untuk membayar tagihan listrik, pulsa, paket data, top up e-money, dsb.

4. Gopay *Paylater*

Sama seperti Dana, Gopay *Paylater* khususnya digunakan dalam berbagai layanan yang tersedia di aplikasi Gojek, seperti untuk pembayaran GoRide, GoCar, GoFood, GoSend, GoBluebird, Gojek Subscription, GoPulsa, GoTagihan, dan GoTix.

5. Traveloka *Paylater*

Selain dapat digunakan pada layanan yang tersedia di aplikasi Traveloka, juga dapat digunakan pada Shopee, JD.ID, Bukalapak, Lazada, dan Blibli.

6. Kredivo *Paylater*

Dapat digunakan di aplikasi Shopee, Tokopedia, Lazada, Tiket.com, dan beberapa *merchant* lainnya.

7. Indodana

Indodana tersedia di banyak *merchant* seperti Tokopedia, MNC Play, UniPin, Hush Puppies, Kalbe Store, Bukalapak, Erafone, Informa, IKEA, Alfamart, dan lainnya.

4.2.4 Risiko dan Tantangan Penggunaan *Paylater*

Penggunaan layanan *paylater* memiliki risiko tertentu yang perlu diperhatikan. Salah satu risiko yang mungkin timbul adalah potensi ketergantungan pada utang. Ketika seseorang sering kali menggunakan layanan *paylater* untuk berbagai kebutuhan, terutama jika tidak dikelola dengan bijak, dapat menyebabkan akumulasi utang yang signifikan. Hal ini dapat mempengaruhi keuangan pribadi dan menyulitkan dalam melunasi utang yang ada.

Selain itu, risiko pengelolaan keuangan yang buruk juga dapat terjadi. Beberapa pengguna mungkin tidak mampu mengatur anggaran secara efektif atau mengendalikan kebiasaan pengeluaran mereka. Akibatnya, mereka dapat terjebak dalam siklus utang yang berkelanjutan dan mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan mereka secara keseluruhan.

Penggunaan layanan *paylater* juga dapat memiliki dampak negatif pada kesejahteraan finansial pengguna. Bunga atau biaya yang dikenakan pada setiap transaksi *paylater* dapat meningkatkan jumlah yang harus dibayar oleh pengguna. Jika tidak diatur dengan baik, pengguna mungkin terbebani oleh biaya tambahan ini dan mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban keuangan mereka secara keseluruhan.

Oleh karena itu, penting bagi pengguna layanan *paylater* untuk memahami risiko yang terkait dengannya. Mengelola utang dengan bijaksana, mengatur keuangan pribadi dengan baik, dan menggunakan layanan *paylater* dengan penuh pertimbangan dapat membantu mengurangi dampak negatif dan memastikan kesejahteraan finansial yang lebih baik.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini dilakukan analisis pengaruh literasi keuangan dan *Technology Acceptance Model* terhadap penggunaan ulang *paylater* pada mahasiswa S1 Universitas Jambi tahun 2023. Di dalam bab ini akan dibahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan membahas mengenai gambaran umum responden dan hasil analisis data.

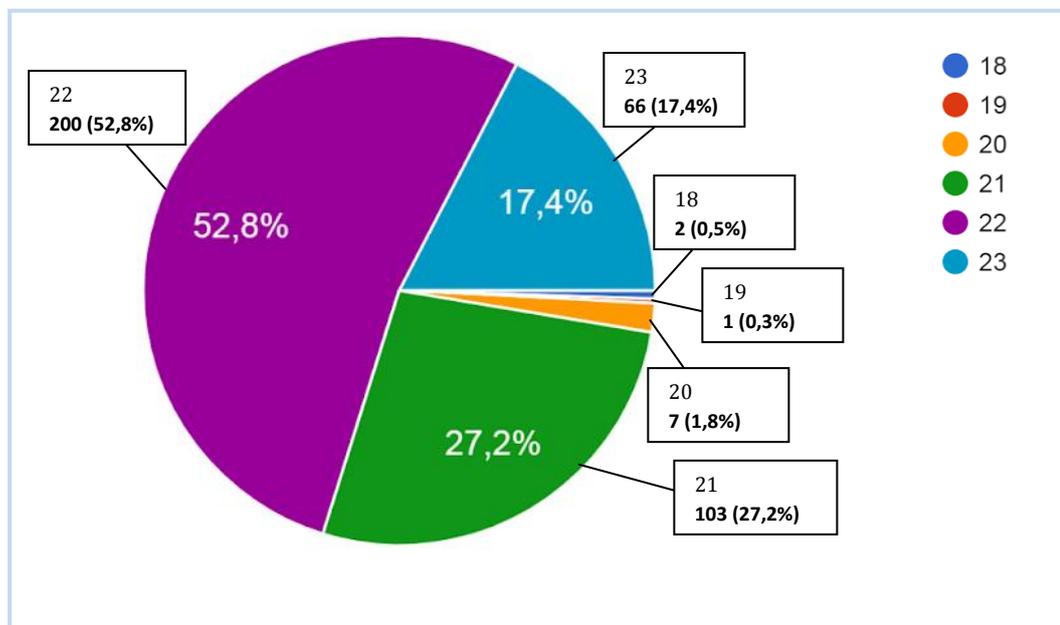
5.1 Gambaran Umum Responden

Berikut merupakan gambaran umum responden yang didapat melalui survei yang telah dilakukan:

5.1.1 Responden Berdasarkan Usia

Gambaran responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan menggunakan gambar berikut:

Gambar 5.1 Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Data Primer 2023 (data diolah)

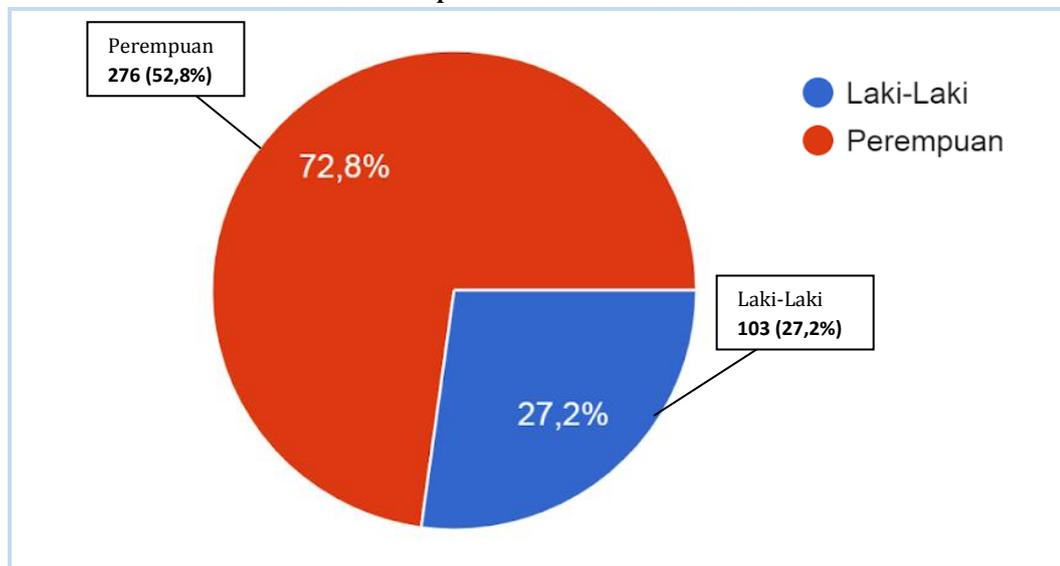
Berdasarkan pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa dari 379 responden, yang berusia 18 tahun memiliki persentase 0,5% dan hanya berjumlah 2 orang. Usia 19 tahun memiliki persentase 0,3% dengan jumlah

1 orang. Usia 20 tahun dengan persentase 1,8% berjumlah 7 orang. Usia 21 tahun memiliki persentase sebesar 27,2% berjumlah 103 orang. Usia 22 tahun memiliki persentase sebesar 52,8% berjumlah 200 orang. Usia 23 tahun memiliki persentase sebesar 17,4% berjumlah 66 orang. Maka responden yang paling banyak adalah usia 22 tahun.

5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan menggunakan gambar berikut:

Gambar 5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



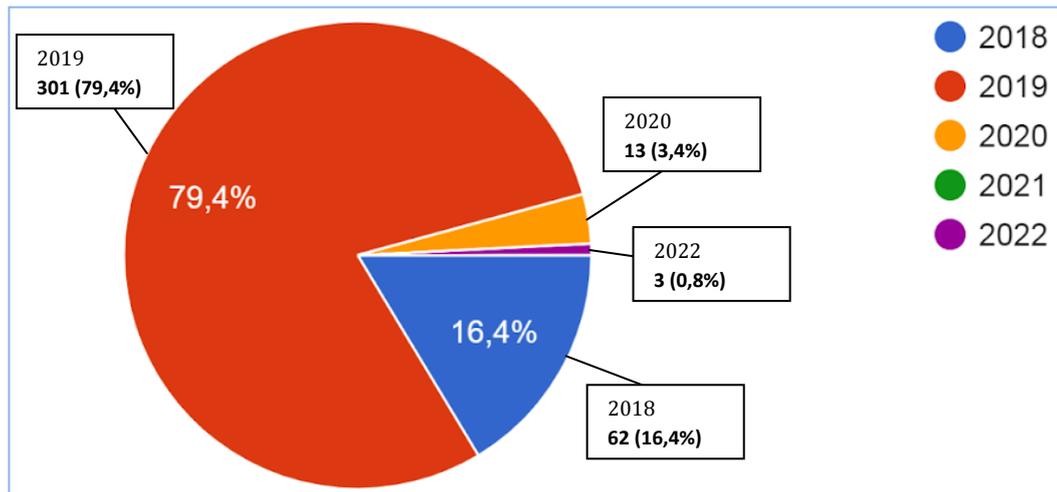
Sumber: Data Primer 2023 (data diolah)

Berdasarkan pada gambar 5.2 menunjukkan bahwa dari 379 responden, terdapat jenis kelamin laki-laki sejumlah 103 orang dengan persentase 27,2%. Dan jenis kelamin perempuan berjumlah 276 orang dengan persentase sebesar 52,8%. Maka responden terbanyak berjenis kelamin perempuan.

5.1.3 Responden Berdasarkan Angkatan

Gambaran responden berdasarkan angkatan dapat ditunjukkan menggunakan gambar berikut:

Gambar 5.3 Responden Berdasarkan Angkatan



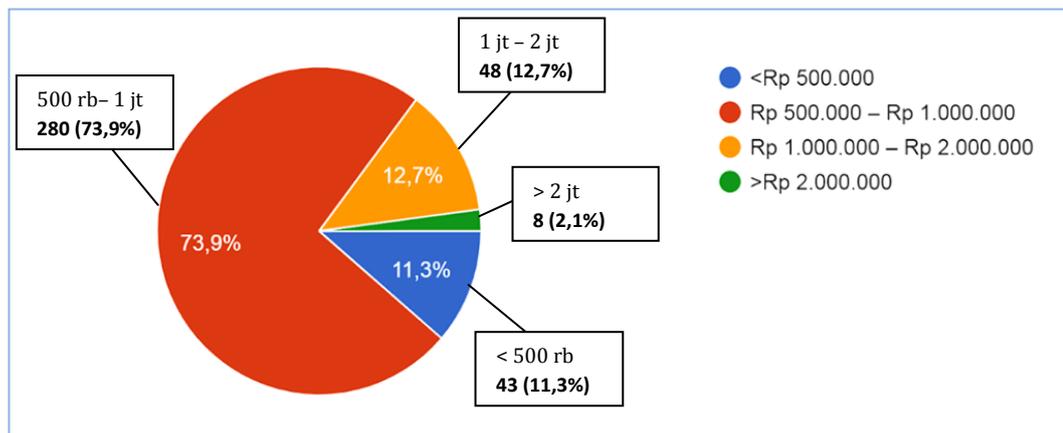
Sumber: Data Primer 2023 (data diolah)

Berdasarkan pada gambar 5.3 menunjukkan bahwa dari 379 responden, terdapat angkatan 2018 berjumlah 62 orang dengan persentase 16,4%. Angkatan 2019 berjumlah 301 orang dengan persentase 79,4%. Angkatan 2020 berjumlah 13 orang dengan persentase 3,4%. Angkatan 2022 berjumlah 3 orang dengan persentase 0,8%. Maka responden paling banyak berada di angkatan 2019.

5.1.4 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku

Gambaran responden berdasarkan penghasilan atau uang saku dapat ditunjukkan menggunakan gambar berikut:

Gambar 5.4 Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku



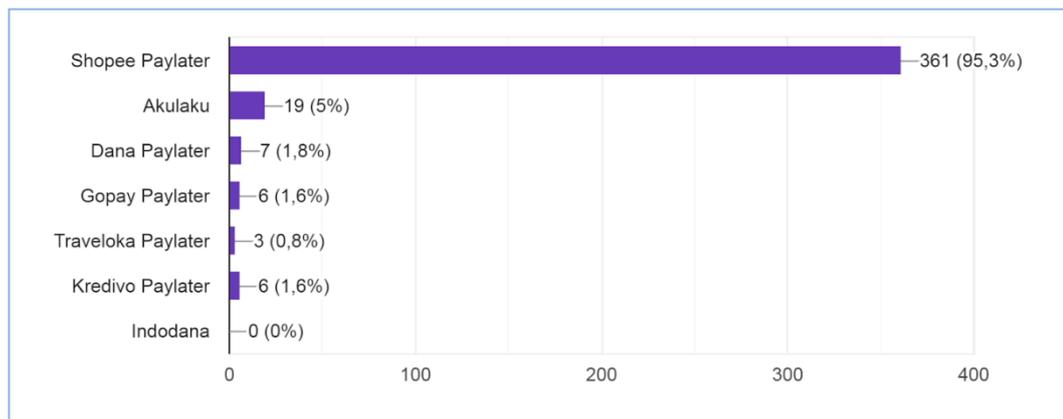
Sumber: Data Primer 2023 (data diolah)

Berdasarkan pada gambar 5.4 menunjukkan bahwa dari 379 responden, terdapat sejumlah 43 orang dengan persentase 11,3% yang berpenghasilan atau memiliki uang saku kurang dari Rp. 500.000. Terdapat 280 orang dengan persentase 73,9% yang berpenghasilan atau memiliki uang saku antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000. Terdapat 48 orang dengan persentase 12,7% yang berpenghasilan atau memiliki uang saku antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000. Terdapat 8 orang dengan persentase 2,1% yang berpenghasilan atau memiliki uang saku lebih dari Rp. 2.000.000. Maka responden paling banyak berpenghasilan atau memiliki uang saku antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000.

5.1.5 Responden Berdasarkan *Paylater* yang digunakan

Gambaran responden berdasarkan angkatan dapat ditunjukkan menggunakan gambar berikut:

Gambar 5.5 Responden Berdasarkan *Paylater* yang digunakan



Sumber: Data Primer 2023 (data diolah)

Pada gambar 5.3 mempunyai keterangan bahwa setiap orang dapat memilih lebih dari satu macam *paylater*, sehingga jumlahnya melebihi angka 379. Berdasarkan pada gambar 5.5, menunjukkan bahwa terdapat 361 orang yang menggunakan *Shopee Paylater*. Terdapat 19 orang yang menggunakan *Akulaku*. Terdapat 7 orang yang menggunakan *Dana Paylater*. Terdapat 6 orang yang menggunakan *Gopay Paylater*. Terdapat 3 orang yang menggunakan *Traveloka Paylater*. Terdapat 6 orang yang menggunakan *Kredivo Paylater*. Maka responden paling banyak menggunakan *Shopee Paylater*.

5.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dapat digunakan apabila ingin mendeskripsikan data sampel (Sugiyono, 2019). Statistik deskriptif ini bertujuan untuk menganalisis data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukuran variabel. Untuk mengetahui kondisi dan tingkat kesesuaian pada masing-masing variabel, tabel berikut ini merupakan pengkategorian dengan skala pengukuran tertinggi adalah 5 dan nilai skala pengukuran

terendah adalah 1 dengan jumlah keseluruhan responden berjumlah 379 orang.

Berdasarkan rumus yang digunakan dalam mengklasifikasikan variabel, dengan menggunakan sampel sebanyak 379 orang didapati hasil sebagai berikut:

$$\text{Rentang skor terendah} = n \times \text{skor terendah} = 379 \times 1 = 379$$

$$\text{Rentang skor tertinggi} = n \times \text{skor tertinggi} = 379 \times 5 = 1.895$$

Maka dapat diklasifikasikan dengan:

$$i = \frac{1.895 - 379}{5}$$

$$i = 303,2$$

Tabel 5.1 Rentang Pengklasifikasian Variabel

| Variabel | Rentang Penilaian | Klasifikasi |
|--|-------------------|---------------|
| Literasi Keuangan (LK) | 379 – 682,2 | Sangat Rendah |
| | 682,3 – 985,5 | Rendah |
| | 985,6 – 1.288,8 | Sedang |
| | 1.288,9 – 1.592,1 | Tinggi |
| | 1.592,2 – 1.895 | Sangat Tinggi |
| <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) | 379 – 682,2 | Sangat Rendah |
| | 682,3 – 985,5 | Rendah |
| | 985,6 – 1.288,8 | Sedang |
| | 1.288,9 – 1.592,1 | Tinggi |
| | 1.592,2 – 1.895 | Sangat Tinggi |
| <i>Perceived Usefulness</i> (PU) | 379 – 682,2 | Sangat Rendah |
| | 682,3 – 985,5 | Rendah |
| | 985,6 – 1.288,8 | Sedang |
| | 1.288,9 – 1.592,1 | Tinggi |
| | 1.592,2 – 1.895 | Sangat Tinggi |

| | | |
|--|-------------------|---------------|
| <i>Attitude Toward Using</i> (ATU) | 379 – 682,2 | Sangat Rendah |
| | 682,3 – 985,5 | Rendah |
| | 985,6 – 1.288,8 | Sedang |
| | 1.288,9 – 1.592,1 | Tinggi |
| | 1.592,2 – 1.895 | Sangat Tinggi |
| Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> (PUP) | 379 – 682,2 | Sangat Rendah |
| | 682,3 – 985,5 | Rendah |
| | 985,6 – 1.288,8 | Sedang |
| | 1.288,9 – 1.592,1 | Tinggi |
| | 1.592,2 – 1.895 | Sangat Tinggi |

Dalam mengukur masing-masing indikator tiap variabel pada penelitian, dapat menggunakan interpretasi dari tabel 5.1 sebagai bentuk analisis deksriptif. Dan gambaran dari tanggapan responden setiap variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

5.2.1 Literasi Keuangan

a. *Objective Self Assesment*

Jawaban responden terkait pertanyaan *Objective Self Assesment* yang didapat dari survey adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila 5 (lima) orang diberi hadiah sebesar Rp. 1.000.000. Jika hadiah dibagi secara merata, maka masing-masing orang akan mendapat bagian sebesar?

Tabel 5.2 Jawaban *Objective Self Assesment* Pertama

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|----|------------------------|--------|----------------|
| 1 | Lebih dari Rp 200.000 | 0 | 0% |
| 2 | Tepat Rp 200.000 | 379 | 100% |
| 3 | Kurang dari Rp 200.000 | 0 | 0% |
| 4 | Tidak Tahu | 0 | 0% |

| | | | |
|--|-------|-----|------|
| | Total | 379 | 100% |
|--|-------|-----|------|

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Jawaban yang benar dari pertanyaan *Objective Self Assesment* pertama adalah “Tepat Rp. 200.000”, jawaban tersebut menggunakan perhitungan dasar aritmatika dalam keuangan. Dari tabel 5.2 tersebut didapati informasi bahwa dari 379 responden, semuanya menjawab dengan benar, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan dasar aritmatika.

- 2) Seandainya Anda harus menunggu satu tahun untuk mendapatkan bagian uang sebesar Rp. 1.000.000 tersebut dan mengalami inflasi. Setelah satu tahun mereka dapat membeli barang dalam jumlah?

Tabel 5.3 Jawaban *Objective Self Assesment* Kedua

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|----|---|--------|----------------|
| 1 | Lebih banyak dari pada yang dibeli sekarang | 0 | 0% |
| 2 | Sama banyak dengan jumlah yang dibeli sekarang | 15 | 4% |
| 3 | Lebih sedikit dari pada yang mereka beli sekarang | 354 | 93,4% |
| 4 | Tidak Tahu | 10 | 2,6% |
| | Total | 379 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Jawaban yang benar dari pertanyaan *Objective Self Assesment* pertama adalah “Lebih sedikit daripada yang mereka beli sekarang”, jawaban tersebut menggunakan perhitungan inflasi. Dari tabel 5.3 tersebut didapati informasi bahwa dari 379 responden, sebanyak 354 atau 93,4% responden menjawab dengan benar dan 25 atau 6,6% responden menjawab salah, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan inflasi.

- 3) Seandainya Anda meminjamkan uang sebesar Rp. 100.000 kepada teman hari ini dan pada keesokan harinya dia mengembalikan uang tersebut sebesar Rp. 100.000. Berapa bunga yang telah dia bayar untuk pinjaman tersebut?

Tabel 5.4 Jawaban *Objective Self Assesment* Ketiga

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|----|-------------------|--------|----------------|
| 1 | 2% | 1 | 0,3% |
| 2 | 3% | 0 | 0% |
| 3 | Tidak berbunga | 371 | 97,9% |
| 4 | Tidak Tahu | 7 | 1,8% |
| | Total | 379 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Jawaban yang benar dari pertanyaan *Objective Self Assesment* pertama adalah “Tidak berbunga”, jawaban tersebut menggunakan perhitungan bunga atas pinjaman. Dari tabel 5.4 tersebut didapati informasi bahwa dari 379 responden, sebanyak 371 atau 97,9% responden menjawab dengan benar dan 8 atau 2,1% responden menjawab salah, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan bunga atas pinjaman.

- 4) Misalkan Anda memiliki tabungan di Bank sebesar Rp. 1.000.000 dengan tingkat bunga 20% per tahun. Dengan asumsi tidak ada biaya administrasi dan penarikan saldo tabungan. Berapa jumlah rekening Anda pada akhir tahun pertama (termasuk bunga)?

Tabel 5.5 Jawaban *Objective Self Assesment* Keempat

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|----|--------------------------|--------|----------------|
| 1 | Lebih dari Rp 1.200.000 | 20 | 5,3% |
| 2 | Tepat Rp 1.200.000 | 353 | 93,1% |
| 3 | Kurang dari Rp 1.200.000 | 1 | 0,3% |

| | | | |
|---|------------|-----|------|
| 4 | Tidak Tahu | 5 | 1,3% |
| | Total | 379 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Jawaban yang benar dari pertanyaan *Objective Self Assesment* pertama adalah “Tepat Rp. 1.200.000”, jawaban tersebut menggunakan perhitungan suku bunga bank. Dari tabel 5.5 tersebut didapati informasi bahwa dari 379 responden, sebanyak 353 atau 93,1% responden menjawab dengan benar dan 26 atau 6,9% responden menjawab salah, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan suku bunga bank.

5) Berdasarkan soal nomor 4, maka setelah 5 tahun berapakah jumlah tabungan yang ada di rekening Anda?

Tabel 5.6 Jawaban *Objective Self Assesment* Kelima

| No | Jawaban Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|----|--------------------------|--------|----------------|
| 1 | Lebih dari Rp 2.000.000 | 38 | 10% |
| 2 | Tepat Rp 2.000.000 | 331 | 87,3% |
| 3 | Kurang dari Rp 2.000.000 | 2 | 0,5% |
| 4 | Tidak Tahu | 8 | 2,1% |
| | Total | 379 | 100% |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Jawaban yang benar dari pertanyaan *Objective Self Assesment* pertama adalah “Tepat Rp. 2.000.000”, jawaban tersebut menggunakan perhitungan suku bunga tabungan. Dari tabel 5.6 tersebut didapati informasi bahwa dari 379 responden, sebanyak 331 atau 87,3% responden menjawab dengan benar dan 48 atau 12,6% responden menjawab salah, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan suku bunga tabungan.

Tabel 5.7 Rangkuman Jawaban *Objective Self Assesment*

| | | |
|--------------|-----|-------|
| Pertanyaan 1 | 379 | 100% |
| Pertanyaan 2 | 354 | 93,4% |
| Pertanyaan 3 | 371 | 97,9% |
| Pertanyaan 4 | 353 | 93,1% |
| Pertanyaan 5 | 331 | 87,3% |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Berdasarkan hasil jawaban responden dari pertanyaan *Objective Self Assesment*, diperoleh bahwa 5 pertanyaan terjawab benar dengan persentase diatas 85%. Hal ini di menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan literasi keuangan yang baik dan cenderung mengarah ke pengetahuan yang sangat baik.

b. Subjective Self Assesment

Tabel 5.8 Tanggapan Responden terhadap Literasi Keuangan

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|--|--------|------|-----|------|------|-------|------------|---------------|
| | | | STS | TS | R | S | SS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Inflasi tinggi menyebabkan biaya hidup meningkat | Jumlah | 0 | 1 | 44 | 83 | 251 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0 | 0,3 | 11,6 | 21,9 | 66,2 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 2 | 132 | 332 | 1.255 | 1.721 | |
| 2 | Saya tidak akan kehilangan semua uang, jika menempatkannya di beberapa tempat berbeda | Jumlah | 0 | 1 | 45 | 118 | 215 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0 | 0,3 | 11,9 | 31,1 | 56,7 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 2 | 135 | 472 | 1.075 | 1.684 | |
| 3 | Jika seseorang menawarkan untuk menghasilkan banyak uang, maka tinggi juga kesempatan untuk kehilangan banyak uang | Jumlah | 0 | 2 | 44 | 113 | 220 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0 | 0,5 | 11,6 | 29,8 | 58 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 4 | 132 | 452 | 1.100 | 1.688 | |
| 4 | Saya cenderung berpikir dua kali sebelum mengeluarkan uang untuk hal-hal yang tidak penting | Jumlah | 0 | 3 | 29 | 115 | 232 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0 | 0,8 | 7,7 | 30,3 | 61,2 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 6 | 87 | 460 | 1.160 | 1.713 | |

| | | | | | | | | | |
|---|--|----------|------------|-----------|----------|----------|-----------|-------------------|-------------------|
| 5 | Saya meminjam hanya ketika saya dapat melunasinya | Jumlah | 2 | 2 | 26 | 108 | 241 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,5 | 0,5 | 6,9 | 28,5 | 63,6 | 100 | |
| | | Skor | 2 | 4 | 78 | 432 | 1.205 | 1.721 | |
| 6 | Saya membayar tagihan tepat waktu | Jumlah | 0 | 2 | 20 | 105 | 252 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0 | 0,5 | 5,3 | 27,7 | 66,5 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 4 | 60 | 420 | 1.260 | 1.744 | |
| | | | STS | TS | R | S | SS | Total Skor | Keterangan |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | | |
| 7 | Saya cenderung lebih puas menghabiskan uang daripada menyimpannya untuk jangka panjang | Jumlah | 217 | 99 | 35 | 20 | 8 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 57,3 | 26,1 | 9,2 | 5,3 | 2,1 | 100 | |
| | | Skor | 1.085 | 396 | 105 | 40 | 8 | 1.634 | |
| 8 | Saya cenderung fokus memenuhi kebutuhan saat ini dan mempercayakan nasib besok sesuai takdir | Jumlah | 254 | 102 | 16 | 6 | 1 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 67 | 26,9 | 4,2 | 1,6 | 0,3 | 100 | |
| | | Skor | 1.270 | 408 | 48 | 12 | 1 | 1.739 | |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Dari hasil olah data kuesioner tabel 5.8 terhadap 379 responden, diperoleh bahwa dari seluruh indikator variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.705,5 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 1.592,2 – 1.895 dengan kategori sangat tinggi. Dari delapan pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “Saya membayar tagihan tepat waktu.” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.744. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yaitu pada pernyataan “Saya cenderung lebih puas menghabiskan uang daripada menyimpannya untuk jangka panjang” dengan memperoleh total skor sebesar 1.634.

5.2.2 Perceived Ease of Use

Tabel 5.9 Tanggapan Reponden terhadap *Perceived Ease of Use*

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|--|--------|------------|-----------|----------|----------|-----------|-------------------|-------------------|
| | | | STS | TS | R | S | SS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Paylater memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam pembayaran | Jumlah | 1 | 4 | 23 | 133 | 218 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 1,1 | 6,1 | 35,1 | 57,5 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 8 | 69 | 532 | 1.090 | 1.700 | |
| 2 | Proses penggunaan <i>paylater</i> tidak melelahkan bagi saya | Jumlah | 1 | 4 | 24 | 129 | 221 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 1,1 | 6,3 | 34 | 58,3 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 8 | 72 | 516 | 1.105 | 1.702 | |
| 3 | Saya dengan mudah mengingat langkah-langkah dalam menggunakan <i>paylater</i> | Jumlah | 1 | 4 | 20 | 127 | 227 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 1,1 | 5,3 | 33,5 | 59,9 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 8 | 60 | 508 | 1.135 | 1.712 | |
| | | | STS | TS | R | S | SS | Total Skor | Keterangan |
| | | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | | |
| 4 | Proses menggunakan <i>paylater</i> menimbulkan perasaan frustrasi | Jumlah | 227 | 105 | 21 | 17 | 9 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 59,9 | 27,7 | 5,5 | 4,5 | 2,4 | 100 | |
| | | Skor | 1.135 | 420 | 63 | 34 | 9 | 1.661 | |
| 5 | <i>Paylater</i> memerlukan banyak konsentrasi ketika digunakan | Jumlah | 244 | 98 | 15 | 12 | 10 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 64,4 | 25,9 | 4 | 3,2 | 2,6 | 100 | |
| | | Skor | 1.220 | 392 | 45 | 24 | 10 | 1.691 | |
| 6 | Saya memerlukan panduan sebelum menggunakan <i>paylater</i> karena sulit untuk dipahami (seperti tutorial youtube) | Jumlah | 270 | 88 | 13 | 4 | 4 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 71,2 | 23,2 | 3,4 | 1,1 | 1,1 | 100 | |
| | | Skor | 1.350 | 352 | 39 | 8 | 4 | 1.753 | |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Dari hasil olah data kuesioner tabel 5.9 terhadap 379 responden, diperoleh bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Ease of Use* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.703,17 dalam hal ini nilai tersebut

menjelaskan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 1.592,2 – 1.895 dengan kategori sangat tinggi. Dari delapan pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “Saya memerlukan panduan sebelum menggunakan *paylater* karena sulit untuk dipahami (seperti tutorial youtube).” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.753. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yaitu pada pernyataan “Proses menggunakan *paylater* menimbulkan perasaan frustrasi.” dengan memperoleh total skor sebesar 1.661.

5.2.3 *Perceived Usefulness*

Tabel 5.10 Tanggapan Reponden terhadap *Perceived Usefulness*

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|---|--------|------|-----|-----|------|-------|------------|---------------|
| | | | STS | TS | R | S | SS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Menggunakan <i>paylater</i> meningkatkan efektivitas dalam melakukan pembayaran | Jumlah | 0 | 2 | 8 | 113 | 256 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,0 | 0,5 | 2,1 | 29,8 | 67,5 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 4 | 24 | 452 | 1.280 | 1.760 | |
| 2 | Menggunakan <i>paylater</i> meningkatkan kinerja keuangan saya | Jumlah | 0 | 6 | 30 | 118 | 225 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,0 | 1,6 | 7,9 | 31,1 | 59,4 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 12 | 90 | 472 | 1.125 | 1.699 | |
| 3 | <i>Paylater</i> memungkinkan saya menyelesaikan pembayaran dengan lebih cepat | Jumlah | 1 | 0 | 9 | 90 | 279 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 0,0 | 2,4 | 23,7 | 73,6 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 0 | 27 | 360 | 1.395 | 1.783 | |
| 4 | <i>Paylater</i> menghemat waktu saya dalam melakukan pembayaran | Jumlah | 1 | 0 | 8 | 86 | 284 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 0,0 | 2,1 | 22,7 | 74,9 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 0 | 24 | 344 | 1.420 | 1.789 | |
| 5 | Menggunakan <i>paylater</i> membuat pengelolaan keuangan saya menjadi lebih mudah | Jumlah | 1 | 5 | 36 | 109 | 228 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 1,3 | 9,5 | 28,8 | 60,2 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 10 | 108 | 436 | 1.140 | 1.695 | |
| 6 | Penggunaan <i>paylater</i> sangat | Jumlah | 0 | 2 | 3 | 85 | 289 | 379 | Sangat Tinggi |

| | | | | | | | | | |
|--|--|------|-----|-----|-----|------|-------|-------|--|
| | membantu saya dalam melakukan pembayaran | % | 0,0 | 0,5 | 0,8 | 22,4 | 76,3 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 4 | 9 | 340 | 1.445 | 1.798 | |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Dari hasil olah data kuesioner tabel 5.10 terhadap 379 responden, diperoleh bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Usefulness* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.754 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel *Perceived Usefulness* termasuk dalam kriteria skor pada rentang 1.592,2 – 1.895 dengan kategori sangat tinggi. Dari enam pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “*Paylater* menghemat waktu saya dalam melakukan pembayaran.” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.789. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yaitu pada pernyataan “Menggunakan *paylater* membuat pengelolaan keuangan saya menjadi lebih mudah.” dengan memperoleh total skor sebesar 1.695.

5.2.4 Attitude Toward Using Paylater

Tabel 5.11 Tanggapan Reponden terhadap Attitude Toward Using Paylater

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|--|--------|------|-----|-----|------|-------|------------|---------------|
| | | | STS | TS | R | S | SS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Transaksi dengan menggunakan <i>paylater</i> menarik dan tidak membosankan | Jumlah | 1 | 1 | 14 | 113 | 250 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 0,3 | 3,7 | 29,8 | 66,0 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 2 | 42 | 452 | 1.250 | 1.747 | |
| 2 | Menggunakan <i>paylater</i> terasa menyenangkan | Jumlah | 1 | 1 | 24 | 122 | 231 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 0,3 | 0,3 | 6,3 | 32,2 | 60,9 | 100 | |
| | | Skor | 1 | 2 | 72 | 488 | 1.155 | 1.718 | |

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Dari hasil olah data kuesioner tabel 5.11 terhadap 379 responden, diperoleh bahwa dari seluruh indikator variabel *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel *Attitude Toward Using* termasuk dalam kriteria

skor pada rentang 1.592,2 – 1.895 dengan kategori sangat tinggi. Dari dua pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “Transaksi dengan menggunakan *paylater* menarik dan tidak membosankan.” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.747. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yaitu pada pernyataan “Menggunakan *paylater* terasa menyenangkan.” dengan memperoleh total skor sebesar 1.718.

5.2.5 Penggunaan Ulang *Paylater*

Tabel 5.12 Tanggapan Reponden terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*

| No | Pernyataan | | Skor | | | | | Total Skor | Keterangan |
|----|--|--------|------|-----|-----|------|-------|------------|---------------|
| | | | STS | TS | R | S | SS | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| 1 | Saya berniat menggunakan <i>Paylater</i> untuk setiap transaksi kedepannya | Jumlah | 5 | 12 | 32 | 115 | 215 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 1,3 | 3,2 | 8,4 | 30,3 | 56,7 | 100 | |
| | | Skor | 5 | 24 | 96 | 460 | 1.075 | 1.660 | |
| 2 | Saya akan berusaha untuk selalu menggunakan <i>Paylater</i> di setiap transaksi kedepannya | Jumlah | 11 | 19 | 37 | 131 | 181 | 379 | Sangat Tinggi |
| | | % | 2,9 | 5,0 | 9,8 | 34,6 | 47,8 | 100 | |
| | | Skor | 0 | 2 | 135 | 472 | 1.075 | 1.684 | |

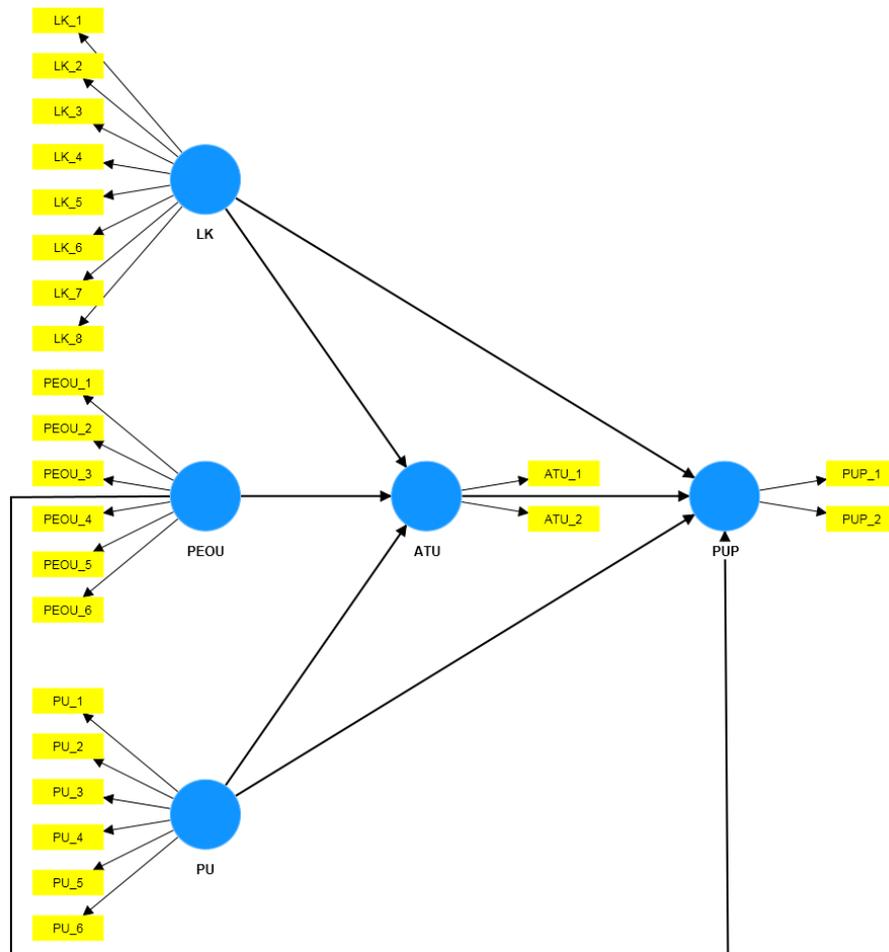
Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2023)

Dari hasil olah data kuesioner tabel 5.12 terhadap 379 responden, diperoleh bahwa dari seluruh indikator variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel Penggunaan Ulang *Paylater* termasuk dalam kriteria skor pada rentang 1.592,2 – 1.895 dengan kategori sangat tinggi. Dari delapan pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “Saya akan berusaha untuk selalu menggunakan *Paylater* di setiap transaksi kedepannya.” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.684. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yaitu pada pernyataan “Saya berniat menggunakan *Paylater* untuk setiap transaksi kedepannya.” dengan memperoleh total skor sebesar 1.660.

5.3 Pengujian Data dan Model Penelitian

Bentuk diagram jalur perancangan *outer model* dan *inner model* yang digambarkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 5.6 Model Penelitian



Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Evaluasi model PLS dilakukan dengan cara mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator refleksif adalah dengan proses model pengukuran dengan melihat validitas konvergen dan validitas diskriminan dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta cronbach's alpha untuk blok indikatornya. Sedangkan *inner model* digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Adapun kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS 4.0 dalam menilai *inner*

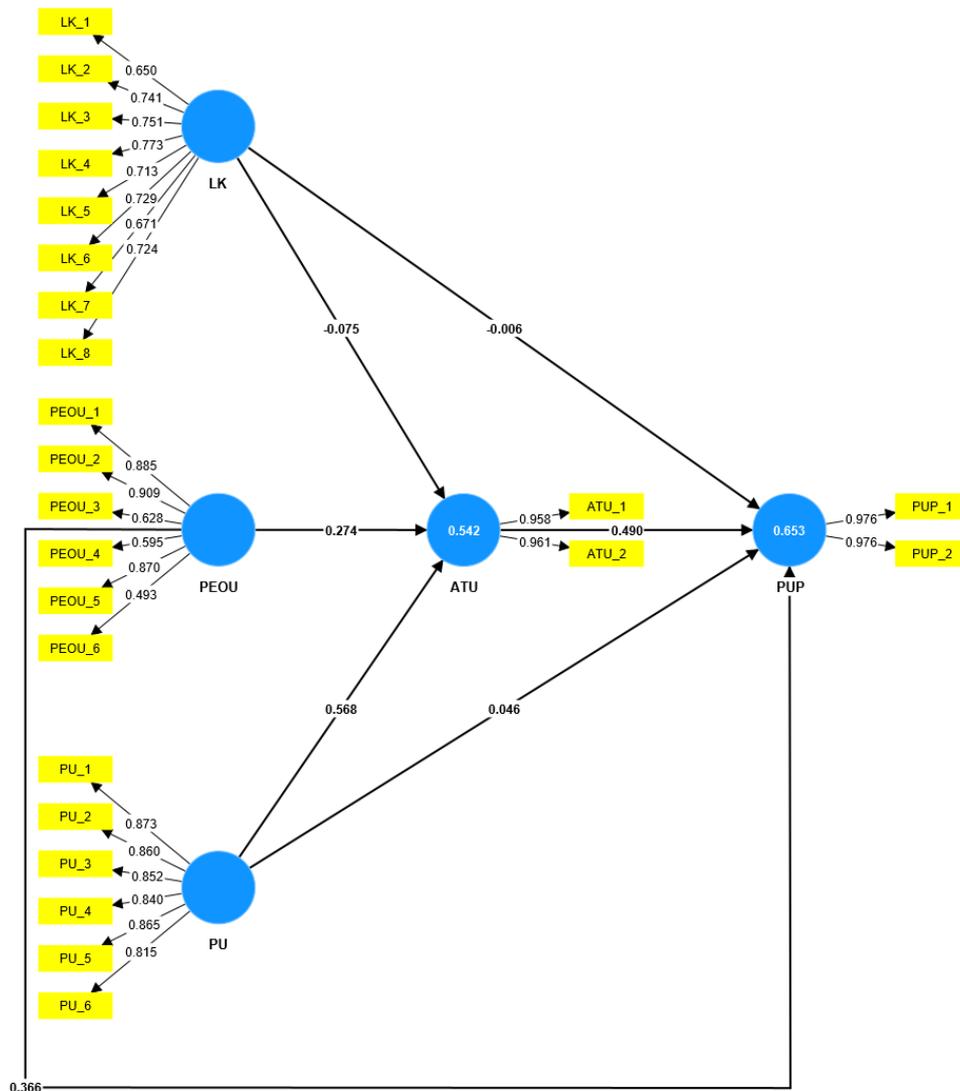
model adalah dengan proses bootstrapping, parameter uji T-statistic diperoleh guna memprediksi adanya hubungan kausalitas (Ghozali & Latan, 2015).

5.3.1 Evaluasi Model

1. *Outer Model*

Proses pengukuran dalam menggunakan SmartPLS 4.0, khususnya dalam evaluasi model pengukuran adalah dengan menilai *outer model* berupa validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas dikarenakan variabel penelitian ini adalah variabel refleksif.

Gambar 5.7 *Outer Model*



Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

a. Convergent Validity

Dalam mengukur validitas konvergen variabel refleksif dapat digunakannya *loading factor*

Tabel 5.13 Outer Loading

| Variabel | Indikator | Outer Loading | Keterangan |
|---------------------------------|------------------|----------------------|-------------------|
| Literasi Keuangan (LK) | LK_1 | 0,650 | Tidak Valid |
| | LK_2 | 0,741 | Valid |
| | LK_3 | 0,751 | Valid |
| | LK_4 | 0,773 | Valid |
| | LK_5 | 0,713 | Valid |
| | LK_6 | 0,729 | Valid |
| | LK_7 | -0,671 | Tidak Valid |
| | LK_8 | -0,724 | Tidak Valid |
| Perceived Ease of Use (PEOU) | PEOU_1 | 0,885 | Valid |
| | PEOU_2 | 0,909 | Valid |
| | PEOU_3 | -0,628 | Tidak Valid |
| | PEOU_4 | -0,595 | Tidak Valid |
| | PEOU_5 | 0,870 | Valid |
| | PEOU_6 | -0,493 | Tidak Valid |
| Perceived Usefulness (PU) | PU_1 | 0,873 | Valid |
| | PU_2 | 0,860 | Valid |
| | PU_3 | 0,852 | Valid |
| | PU_4 | 0,840 | Valid |
| | PU_5 | 0,865 | Valid |
| | PU_6 | 0,815 | Valid |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| <i>Attitude Toward Using Paylater</i> (ATU) | ATU_1 | 0,958 | Valid |
| | ATU_2 | 0,961 | Valid |
| Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> (PUP) | PUP_1 | 0,976 | Valid |
| | PUP_2 | 0,976 | Valid |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

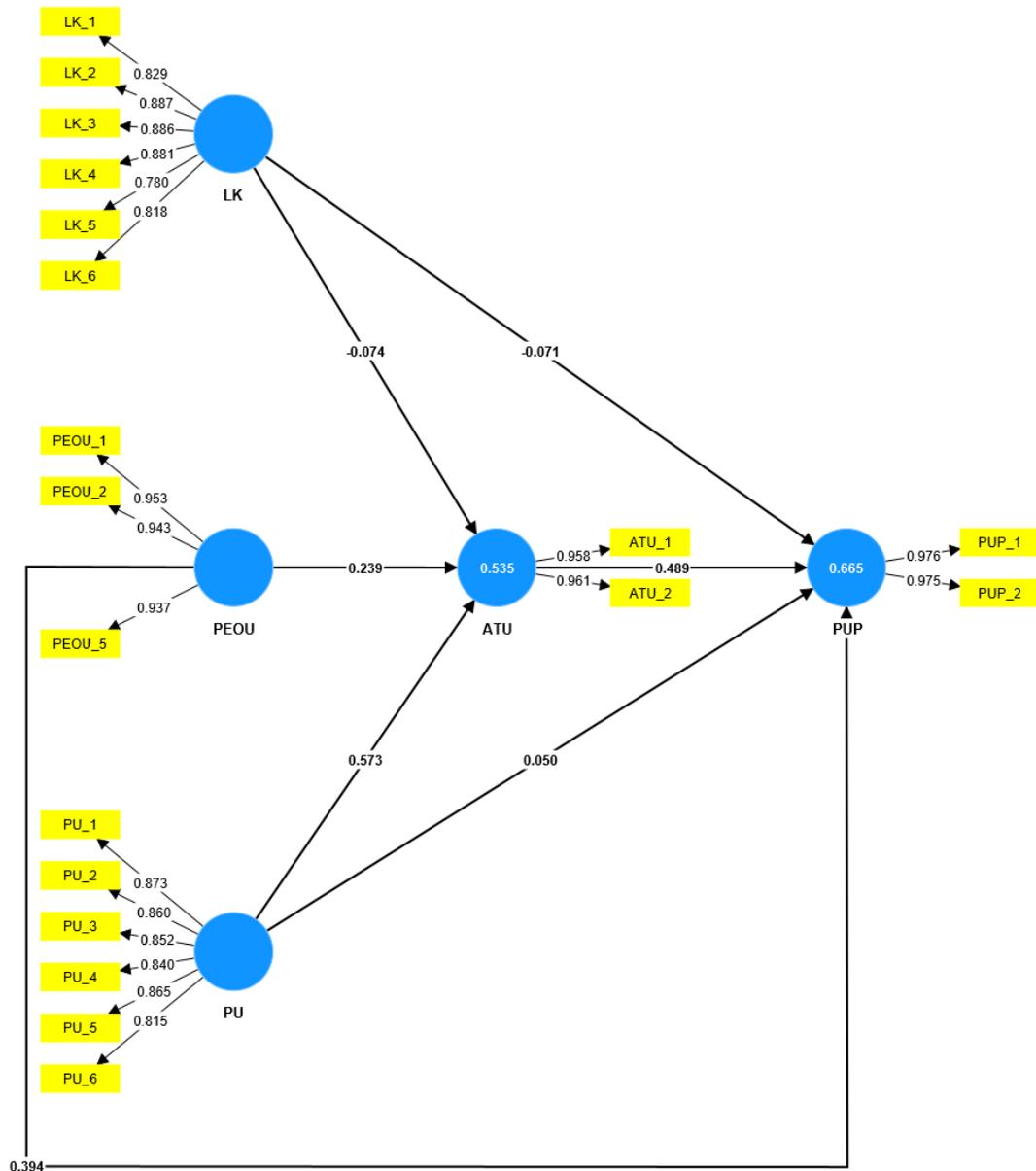
Dalam analisis menggunakan SmartPLS, nilai outer loading untuk masing-masing variabel sebagai indikator kevalidan indikator yang digunakan dalam memperkirakan variabel laten terkait. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa beberapa indikator memenuhi batas validitas yang ditetapkan, sementara beberapa indikator lainnya tidak memenuhi batas validitas tersebut. Untuk variabel Literasi Keuangan, indikator LK_2 hingga LK_6 menunjukkan nilai *outer loading* yang valid, menandakan bahwa indikator-indikator tersebut efektif dalam memperkirakan variabel laten Literasi Keuangan. Namun, indikator LK_1, LK_7, dan LK_8 tidak memenuhi batas validitas, sehingga kurang efektif dalam memperkirakan variabel laten tersebut.

Untuk variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU), indikator PEOU_1, PEOU_2 dan PEOU_5 menunjukkan nilai outer loading yang valid, menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut efektif dalam memperkirakan variabel laten *Perceived Ease of Use*. Namun, indikator PEOU_3, PEOU_4 dan PEOU_6 tidak memenuhi batas validitas, sehingga kurang efektif dalam memperkirakan variabel laten tersebut.

Variabel *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using Paylater* (ATU), dan Penggunaan Ulang *Paylater* (PUP) menunjukkan bahwa semua indikatornya memenuhi batas validitas, menandakan bahwa indikator-indikator tersebut efektif dalam memperkirakan variabel laten terkait.

Oleh karena itu, beberapa indikator perlu dihilangkan satu persatu dan kemudian dilakukan kalkulasi ulang atau dilihat hasil *outer loading* apakah semua variabel dan indikatornya sudah valid.

Gambar 5.8 *Outer Model* setelah Kalkulasi



Sumber: *Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)*

Pada gambar 5.8 telah ditunjukkan beberapa indikator yang dihapus setelah dikalkulasi ulang yaitu untuk Literasi Keuangan adalah LK_7 dan LK_8 serta untuk *Perceived Ease on Use* PEOU_2, PEOU_3 dan PEOU_6,.

Kemudian *outer loading* setelah kalkulasi ulang, didapati hasil sebagai berikut:

Tabel 5.14 *Outer Loading* setelah Kalkulasi

| Variabel | Indikator | <i>Outer Loading</i> | Keterangan |
|--|-----------|----------------------|------------|
| Literasi Keuangan (LK) | LK_1 | 0,829 | Valid |
| | LK_2 | 0,887 | Valid |
| | LK_3 | 0,886 | Valid |
| | LK_4 | 0,881 | Valid |
| | LK_5 | 0,780 | Valid |
| | LK_6 | 0,818 | Valid |
| <i>Perceived Ease of Use</i> (PEOU) | PEOU_1 | 0,953 | Valid |
| | PEOU_2 | 0,943 | Valid |
| | PEOU_5 | 0,937 | Valid |
| <i>Perceived Usefulness</i> (PU) | PU_1 | 0,873 | Valid |
| | PU_2 | 0,860 | Valid |
| | PU_3 | 0,852 | Valid |
| | PU_4 | 0,840 | Valid |
| | PU_5 | 0,865 | Valid |
| | PU_6 | 0,815 | Valid |
| <i>Attitude Toward Using Paylater</i> (ATU) | ATU_1 | 0,958 | Valid |
| | ATU_2 | 0,961 | Valid |
| Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> (PUP) | PUP_1 | 0,976 | Valid |
| | PUP_2 | 0,975 | Valid |

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan tabel *outer loading* yang diberikan, dapat diinterpretasikan bahwa semua indikator dalam variabel Literasi Keuangan

(LK), *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using Paylater* (ATU), dan *Penggunaan Ulang Paylater* (PUP) memiliki outer loading yang signifikan dan melebihi batas minimal 0,7 yang ditetapkan oleh (Hair et al., 2015). Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator tersebut secara efektif mengukur konstruk yang dituju. Oleh karena itu, semua indikator dalam masing-masing variabel dapat dianggap valid dan memenuhi kriteria validitas konstruk.

Selain itu, nilai outer loading yang tinggi juga menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan variabilitas dalam konstruk yang terkait. Semakin tinggi nilai outer loading, semakin besar kontribusi indikator terhadap konstruk yang diukur.

Dengan demikian, hasil analisis ini memberikan dukungan terhadap validitas dan reliabilitas dari variabel Literasi Keuangan (LK), *Perceived Ease of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Attitude Toward Using Paylater* (ATU), dan *Penggunaan Ulang Paylater* (PUP) dalam konteks penelitian ini, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan (Hair et al., 2015).

Tabel 5.15 Hasil Average Variance Extracted (AVE)

| Variabel | AVE | Keterangan |
|---------------------------------------|------------|-------------------|
| Literasi Keuangan | 0,921 | Valid |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0,719 | Valid |
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0,891 | Valid |
| <i>Attitude Toward Using Paylater</i> | 0,724 | Valid |
| <i>Penggunaan Ulang Paylater</i> | 0,952 | Valid |

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan hasil analisis validitas konvergen menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) pada tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki tingkat validitas konvergen yang baik. Menurut (Hair et al., 2015), nilai AVE yang direkomendasikan untuk validitas konvergen minimal sebesar 0,5. Dalam penelitian ini, semua

variabel memiliki nilai AVE yang jauh melebihi nilai ambang batas tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel secara efektif mengukur konstruk yang dimaksud dalam penelitian. Dengan demikian, variabel-variabel tersebut dapat dianggap valid dalam konteks analisis konvergen pada model yang digunakan.

b. Discriminant Validity

Validitas diskriminan merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan secara akurat mengukur konstruk yang dimaksud, dan bukan konstruk lain. Selain validitas konvergen, validitas instrumen juga ditentukan oleh validitas diskriminan. Ghozali & Latan (2015) menjelaskan bahwa pengujian validitas diskriminan dapat dilakukan dengan melihat nilai cross loading dan akar *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap konstruk yang diukur. Jika nilai cross loading rendah dan nilai akar AVE konstruk lebih besar daripada nilai cross loading dengan konstruk lain, maka hal tersebut menunjukkan bahwa alat ukur memiliki validitas diskriminan yang memadai (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 5.16 Cross Loading

| Indikator | <i>Attitude Toward Using (ATU)</i> | Literasi Keuangan (LK) | <i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i> | <i>Perceived Usefulness (PU)</i> | Penggunaan Ulang Paylater (PUP) |
|------------------|------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|--|
| LK_1 | 0,098 | 0,829 | 0,132 | 0,280 | 0,008 |
| LK_2 | 0,207 | 0,887 | 0,237 | 0,366 | 0,176 |
| LK_3 | 0,215 | 0,886 | 0,241 | 0,365 | 0,175 |
| LK_4 | 0,277 | 0,881 | 0,261 | 0,419 | 0,217 |
| LK_5 | 0,226 | 0,780 | 0,270 | 0,400 | 0,177 |
| LK_6 | 0,245 | 0,818 | 0,336 | 0,479 | 0,168 |
| PEOU_1 | 0,600 | 0,292 | 0,953 | 0,687 | 0,684 |
| PEOU_2 | 0,599 | 0,302 | 0,943 | 0,664 | 0,669 |
| PEOU_5 | 0,566 | 0,280 | 0,937 | 0,661 | 0,664 |

| | | | | | |
|-------|--------------|-------|-------|--------------|--------------|
| PU_1 | 0,638 | 0,389 | 0,593 | 0,873 | 0,580 |
| PU_2 | 0,631 | 0,399 | 0,654 | 0,860 | 0,684 |
| PU_3 | 0,576 | 0,427 | 0,569 | 0,852 | 0,447 |
| PU_4 | 0,543 | 0,395 | 0,545 | 0,840 | 0,408 |
| PU_5 | 0,647 | 0,369 | 0,657 | 0,865 | 0,651 |
| PU_6 | 0,556 | 0,447 | 0,585 | 0,815 | 0,430 |
| ATU_1 | 0,958 | 0,276 | 0,607 | 0,706 | 0,669 |
| ATU_2 | 0,961 | 0,243 | 0,590 | 0,655 | 0,769 |
| PUP_1 | 0,745 | 0,207 | 0,698 | 0,623 | 0,976 |
| PUP_2 | 0,719 | 0,194 | 0,691 | 0,630 | 0,975 |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan analisis Cross Loading menggunakan kriteria yang ditetapkan oleh (Hair et al., 2015), ditemukan bahwa semua indikator dalam konstruk Literasi Keuangan (LK) dan *Perceived Ease of Use* (PEOU) memiliki korelasi yang signifikan dengan konstruk yang sesuai. Indikator LK (LK_1 hingga LK_6) menunjukkan korelasi yang signifikan dengan LK, indikator PEOU (PEOU_1, PEOU_2, dan PEOU_5) menunjukkan korelasi yang signifikan dengan PEOU, indikator PU (PU_1 hingga PU_6) menunjukkan korelasi yang signifikan dengan PU, indikator ATU (ATU_1 dan ATU_2) menunjukkan korelasi yang signifikan dengan ATU, dan indikator dalam konstruk PUP (PUP_1 dan PUP_2) menunjukkan korelasi yang signifikan dengan PUP. Tidak ada indikator yang memiliki cross loading yang signifikan dengan konstruk lainnya, mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut secara konsisten mengukur konstruk yang dituju. Oleh karena itu, hasil analisis memberikan dukungan terhadap validitas konstruk penelitian ini, sesuai dengan kriteria yang ditetapkan (Hair et al., 2015).

Tabel 5.17 Fornell Larcker

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ATU | 0,960 | | | | |
| LK | 0,270 | 0,848 | | | |
| PEOU | 0,623 | 0,309 | 0,944 | | |
| PU | 0,708 | 0,472 | 0,710 | 0,851 | |
| PUP | 0,751 | 0,206 | 0,712 | 0,642 | 0,976 |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan analisis Fornell-Larcker menggunakan referensi (Hair et al., 2015), ditemukan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini, yaitu ATU (*Attitude Toward Using*), LK (Literasi Keuangan), PEOU (*Perceived Ease of Use*), PU (*Perceived Usefulness*), dan PUP (*Penggunaan Ulang Paylater*), memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hal ini dapat dilihat dari nilai validitas yang tinggi dan varians yang dijelaskan oleh konstruk yang lebih besar daripada varians yang dijelaskan oleh indikator yang mengukur konstruk tersebut. Dengan demikian, hasil analisis ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik (Hair et al., 2015).

Tabel 5.18 Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|------|-------|-------|-------|-------|-----|
| ATU | | | | | |
| LK | 0,271 | | | | |
| PEOU | 0,673 | 0,311 | | | |
| PU | 0,765 | 0,493 | 0,756 | | |
| PUP | 0,804 | 0,192 | 0,754 | 0,668 | |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan analisis HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations) menggunakan kriteria yang ditetapkan oleh Hair (Hair et al., 2015), ditemukan bahwa semua hubungan heterotrait antara konstruk

ATU (*Attitude Toward Using*), LK (*Literasi Keuangan*), PEOU (*Perceived Ease of Use*), dan PU (*Perceived Usefulness*) memiliki nilai HTMT yang kurang dari 0,90. Hal ini menunjukkan adanya validitas diskriminan yang baik antara konstruk-konstruk tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konstruk-konstruk tersebut memiliki hubungan yang lebih kuat dengan diri sendiri (hubungan monotrait) daripada dengan konstruk lainnya (hubungan heterotrait). Hasil ini memberikan dukungan untuk keabsahan konstruk dan kelayakan penggunaan konstruk-konstruk tersebut dalam analisis PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling).

c. Uji Reliabilitas

Tabel 5.19 Hasil Cronbach Alpha dan Composite Reliability

| Variabel | Cronbach Alpha | Composite Reliability | Keterangan |
|---------------------------------------|----------------|-----------------------|------------|
| Literasi Keuangan | 0,914 | 0,959 | Reliabel |
| <i>Perceived Ease of Use</i> | 0,923 | 0,939 | Reliabel |
| <i>Perceived Usefulness</i> | 0,939 | 0,961 | Reliabel |
| <i>Attitude Toward Using Paylater</i> | 0,925 | 0,940 | Reliabel |
| Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 0,950 | 0,975 | Reliabel |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

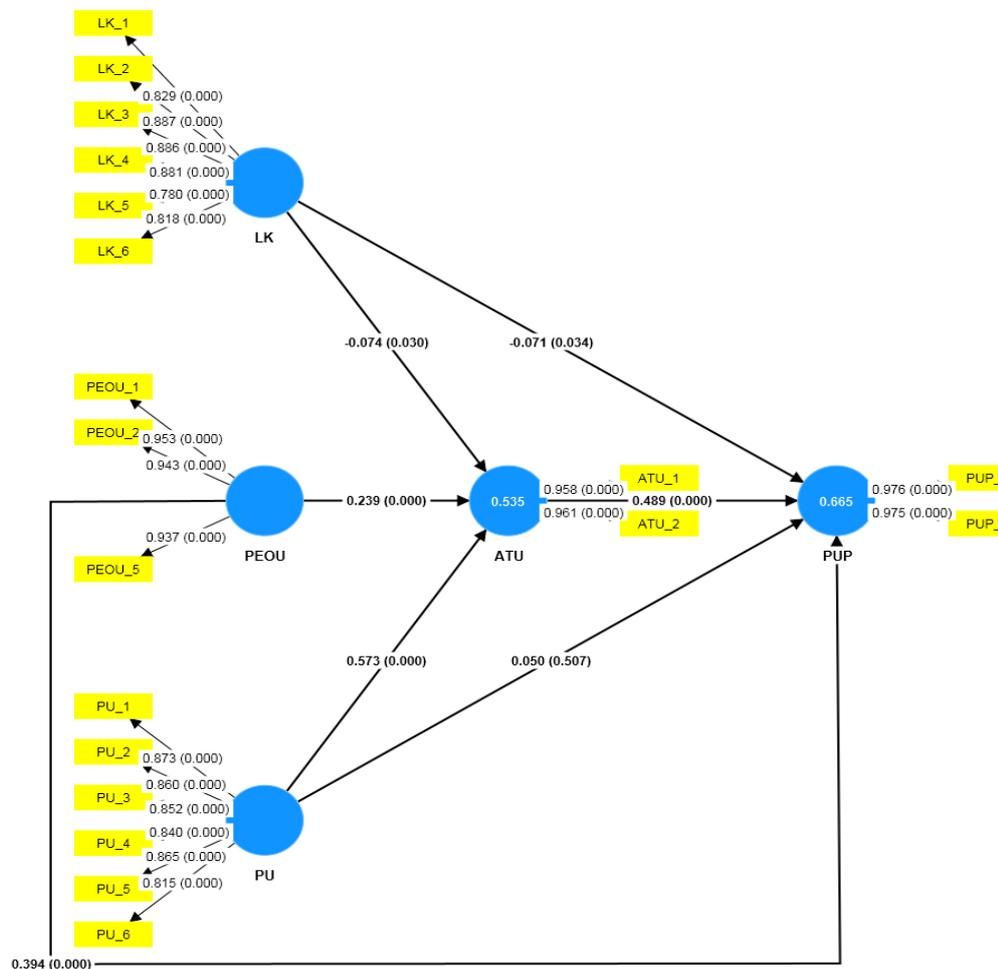
Berdasarkan tabel 5.29 dapat dinyatakan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* lebih dari 0,70. Dengan ini, dapat dinyatakan bahwa variabel reliabel dan dapat diandalkan sebagai alat pengukuran.

1. Inner Model

Saat melakukan evaluasi terhadap model struktural (*inner model*) menggunakan SmartPLS 4.0, kita dapat mengamati nilai *R-Squares* untuk

setiap variabel laten endogen sebagai indikator kekuatan prediksi dari model struktural tersebut. Perubahan dalam nilai *R-Squares* dapat membantu kita menjelaskan sejauh mana pengaruh yang dimiliki oleh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dan apakah pengaruh tersebut memiliki signifikansi yang substansial. Selain menggunakan *R-Squares*, kita juga dapat memanfaatkan *Q2 Predictive relevance* sebagai alat evaluasi.

Gambar 5.9 Inner Model



Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan pada gambar 5.9 menunjukkan bahwa nilai path coefficient paling besar ditunjukkan dengan pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* yaitu sebesar 0,573. Sedangkan, nilai path coefficient paling kecil ditunjukkan dengan pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu sebesar 0,050. Selain itu, semakin

besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5.20 R Square dan Q Square

| Variabel | R Square | R Square Adjusted | Q Square |
|---------------------------------------|----------|-------------------|----------|
| <i>Attitude Toward Using Paylater</i> | 0,535 | 0,531 | 0,519 |
| Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 0,665 | 0,661 | 0,541 |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Menurut (Hair et al., 2015), bahwa *R-Square* sebesar 0,25 dianggap rendah, 0,50 dianggap sedang (moderat), dan 0,75 dianggap tinggi. Dalam hal ini, dengan nilai *R-Square* sebesar 0,535 untuk variabel "*Attitude Toward Using Paylater*" dan 0,665 untuk variabel "Penggunaan Ulang *Paylater*", kedua variabel tersebut dapat dikategorikan sebagai memiliki kekuatan prediksi yang sedang atau moderat berdasarkan kriteria tersebut, dan menuju ke tinggi. Artinya, variasi dalam kedua variabel endogen tersebut dapat dijelaskan dengan signifikan oleh variabel-variabel eksogen dalam model PLS-SEM yang digunakan.

Selanjutnya, *Q-Square* digunakan untuk mengukur prediksi atau kekuatan prediksi model struktural. Nilai *Q-Square* yang diperoleh adalah sebagai berikut: 0,519 untuk variabel "*Attitude Toward Using Paylater*" dan 0,541 untuk variabel "Penggunaan Ulang *Paylater*". Dalam penelitian ini, kedua variabel menunjukkan tingkat prediksi yang kuat atau tinggi karena nilai *Q-Square* berada di atas 0,35. Menurut (Hair et al., 2015) nilai *Q-Square* 0,02, 0,15 dan 0,35 dapat dianggap sebagai tingkat prediksi yang lemah, moderat dan kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model memiliki tingkat prediksi yang kuat atau tinggi dalam menjelaskan variasi dalam "*Attitude Toward Using Paylater*" dan "Penggunaan Ulang *Paylater*" berdasarkan ukuran *Q-Square*.

Tabel 5.21 *F Square*

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|------|-------|----|------|----|-------|
| ATU | | | | | 0,332 |
| LK | 0,009 | | | | 0,012 |
| PEOU | 0,061 | | | | 0,216 |
| PU | 0,301 | | | | 0,002 |
| PUP | | | | | |

Sumber: *Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)*

Hasil *F-Square* mengacu pada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural. Berdasarkan nilai *F square* yang tertera dalam tabel yang diberikan, dapat diketahui tingkat pengaruh variabel independen pada variabel dependen dalam konteks penelitian ini.

Hasil *F-Square* menunjukkan bahwa pengaruh variabel ATU terhadap variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memiliki pengaruh yang kuat dengan nilai *F-Square* sebesar 0,332. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Attitude Toward Using* mampu menjelaskan sekitar 33.2% variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater*.

Selanjutnya, terdapat hubungan antara variabel Literasi Keuangan dan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* dengan nilai *F-Square* sebesar 0,012. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan memberikan kontribusi sebesar 1.2% dalam menjelaskan variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater*.

Selain itu, variabel *Perceived Ease of Use* juga memiliki pengaruh pada variabel Penggunaan Ulang *Paylater* dengan nilai *F-Square* sebesar 0,216. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 21.6% variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater* dapat dijelaskan oleh variabel *Perceived Ease of Use*.

Sementara itu, pengaruh variabel *Perceived Usefulness* terhadap variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memiliki nilai *F-Square* sebesar

0,002, menunjukkan kontribusi yang rendah dalam menjelaskan variasi dalam variabel Penggunaan Ulang *Paylater*.

a. Goodness of Fit (Kecocokan Model)

Tabel 5.22 Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

| | Saturated model | Estimated model |
|-------------|------------------------|------------------------|
| SRMR | 0,068 | 0,068 |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

Berdasarkan hasil evaluasi, baik dalam model saturated maupun model yang diestimasi, nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) adalah 0,068. Menurut (Hair et al., 2015), ketika nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*) berada di bawah 0,08, itu menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik antara model yang diestimasi dengan model saturated. Dalam kasus ini, baik model saturated maupun model yang diestimasi memiliki nilai SRMR sebesar 0,068, yang berarti keduanya memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh (Hair et al., 2015) sebagai tingkat kecocokan yang baik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model yang diestimasi memiliki tingkat kecocokan yang baik dengan data yang diamati berdasarkan ukuran SRMR.

5.4 Pengujian Hipotesis

Tabel 5.23 Uji Hipotesis Direct Effect

| Variabel | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics | P Values |
|--|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------|-----------------|
| <i>Attitude Toward Using -> Penggunaan Ulang Paylater</i> | 0,489 | 0,489 | 0,057 | 8,622 | 0,000 |
| <i>Literasi Keuangan -> Attitude Toward Using</i> | -0,074 | -0,073 | 0,034 | 2,166 | 0,030 |
| <i>Literasi Keuangan -> Penggunaan Ulang Paylater</i> | -0,071 | -0,069 | 0,034 | 2,116 | 0,034 |

| | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| <i>Perceived Ease of Use -> Attitude Toward Using</i> | 0,239 | 0,238 | 0,060 | 3,998 | 0,000 |
| <i>Perceived Ease of Use -> Penggunaan Ulang Paylater</i> | 0,394 | 0,391 | 0,076 | 5,198 | 0,000 |
| <i>Perceived Usefulness -> Attitude Toward Using</i> | 0,573 | 0,578 | 0,060 | 9,488 | 0,000 |
| <i>Perceived Usefulness -> Penggunaan Ulang Paylater</i> | 0,050 | 0,051 | 0,075 | 0,664 | 0,507 |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

5.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 2,166 dan nilai *P-values* sebesar 0,030, serta nilai *path coefficient* negatif sebesar (-0,074), yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,030 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $2,166 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama dapat **diterima** dan $H1_0$ ditolak.

5.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 2,116 dan nilai *P-values* sebesar 0,034, serta nilai *path coefficient* negatif sebesar -0,071, yang menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,034 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $2,116 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedua dapat **diterima** dan $H2_0$ ditolak.

5.4.3 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 3,998 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,239, yang menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $3,998 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketiga dapat **diterima** dan H_{3_0} ditolak..

5.4.4 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 5,198 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,394, yang menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $5,198 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis keempat dapat **diterima** dan H_{4_0} ditolak..

5.4.5 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 9,488 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,573, yang menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $9,488 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis kelima dapat **diterima** dan H_{5_0} ditolak.

5.4.6 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 0,664 dan nilai *P-values* sebesar 0,507, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,050, yang menunjukkan bahwa *Attitude Toward*

Using memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,507 > 0,05$ dan nilai *T-statistic* $0,664 < 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih kecil dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* lebih dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis keenam **ditolak** dan H_{6_0} diterima.

5.4.7 Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 8,622 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,489, yang menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $8,622 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis ketujuh dapat **diterima** dan H_{7_0} ditolak.

Tabel 5.24 Uji Hipotesis *Indirect Effect*

| Variabel | <i>Original Sample (O)</i> | <i>Sample Mean (M)</i> | <i>Standard Deviation (STDEV)</i> | <i>T Statistics</i> | <i>P Values</i> |
|--|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------|-----------------|
| Literasi Keuangan -> <i>Attitude Toward Using</i> -> Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | -0,036 | -0,036 | 0,017 | 2,103 | 0,036 |
| <i>Perceived Ease of Use</i> -> <i>Attitude Toward Using</i> -> Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 0,117 | 0,116 | 0,032 | 3,671 | 0,000 |
| <i>Perceived Usefulness</i> -> <i>Attitude Toward Using</i> -> Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | 0,280 | 0,282 | 0,044 | 6,442 | 0,000 |

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS (2023)

5.4.8 Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 2,103 dan nilai *P-values* sebesar 0,036, serta nilai *path coefficient* negatif sebesar (-0,036), yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,036 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $2,103 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis kedelapan dapat **diterima** dan H_{80} ditolak. Untuk variabel mediasi, terdapat dua kategori yaitu pengaruh mediasi parsial dan pengaruh mediasi penuh, dimana jika sudah terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap endogen maka dinyatakan mediasi parsial, jika belum adanya pengaruh langsung yang signifikan maka disebut mediasi penuh. Dan *Attitude Toward Using* memediasi secara parsial pengaruh negatif dan signifikan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*, karena sudah adanya pengaruh langsung dari Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

5.4.9 *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 3,671 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,117, yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $3,671 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis kesembilan dapat **diterima** dan H_{90} ditolak. Untuk variabel mediasi, terdapat dua kategori yaitu pengaruh mediasi parsial dan pengaruh mediasi

penuh, dimana jika sudah terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap endogen maka dinyatakan mediasi parsial, jika belum adanya pengaruh langsung yang signifikan maka disebut mediasi penuh. Dan *Attitude Toward Using* memediasi secara parsial pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*, karena sudah adanya pengaruh langsung *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

5.4.10 *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 6,442 dan nilai *P-values* sebesar 0,000, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,280, yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $5,198 > 1,96$. Dengan hasil nilai *T-statistic* yang lebih besar dari 1,96 (T-tabel) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05, dapat dinyatakan bahwa hipotesis kesepuluh dapat **diterima** dan H_{10} ditolak. Untuk variabel mediasi, terdapat dua kategori yaitu pengaruh mediasi parsial dan pengaruh mediasi penuh, dimana jika sudah terdapat pengaruh signifikan antara variabel eksogen terhadap endogen maka dinyatakan mediasi parsial, jika belum adanya pengaruh langsung yang signifikan maka disebut mediasi penuh. Dan *Attitude Toward Using* memediasi secara penuh pengaruh positif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*, karena sudah adanya pengaruh langsung *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

5.5 Pembahasan

Adapun pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.0 disajikan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.705,5 masuk kategori sangat tinggi, sedangkan variabel *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $2,166 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,030 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* negatif sebesar $(-0,074)$, yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Dapat diambil pengertian bahwa semakin meningkatnya kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku mahasiswa dalam membuat keputusan keuangan, maka akan menurunkan sikap positif mereka dalam penggunaan *paylater*, literasi keuangan memengaruhi kesadaran atau pikiran mereka sehingga ketika mereka menggunakan *paylater* tidak terasa menyenangkan ataupun menarik, mereka memahami bahwa *paylater* hanyalah sebuah alat pembayaran dengan adanya perhitungan suku bunga yang harus diperhatikan serta kewajiban yang ditanggungkan di kemudian hari. Kesadaran ini dapat mempengaruhi sikap mereka dalam menggunakan layanan *paylater*, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam memanfaatkannya dan menimbulkan perasaan kurang menyenangkan ataupun kurangnya ketertarikan, terutama beberapa faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini karena keterbatasan seperti barang apa saja yang dibeli, berapa besar pembeliannya yang mungkin dapat mempengaruhi perasaan dan sikap pembelian.

Dalam hal ini, belum ada penelitian terdahulu yang menguji pengaruh literasi keuangan terhadap *Attitude Toward Using*, sehingga tidak ada penelitian yang dapat mendukung hasil tersebut.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.705,5 kategori sangat tinggi. Sedangkan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $2,116 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,034 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* negatif sebesar $-0,071$, yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Dapat diambil pengertian bahwa semakin meningkatnya kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku mahasiswa dalam membuat keputusan keuangan, maka akan menurunkan kecenderungan mereka dalam penggunaan *paylater*. Individu yang memiliki literasi keuangan yang tinggi akan lebih mampu memahami implikasi dari penggunaan ulang *paylater*, termasuk adanya suku bunga yang harus diperhatikan serta kewajiban yang ditanggung di kemudian hari. Kesadaran ini dapat mempengaruhi perilaku penggunaan ulang *paylater*, sehingga individu cenderung lebih berhati-hati dalam memanfaatkannya. Mereka mungkin mempertimbangkan alternatif pembayaran lainnya yang mengurangi beban keuangan mereka atau menggunakan *paylater* hanya dalam situasi yang benar-benar diperlukan terutama untuk pembelian barang dengan jumlah kecil atau dengan nilai kecil yang masih bisa ditanggung maka akan menghindari *paylater*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Mikael & Rahadi, 2022) bahwa Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *paylater*. Dan tidak sejalan dengan penelitian (Salsabila, 2023; Wijayanti et al., 2022) bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*. Namun dapat didukung penelitian terdahulu lainnya karena sejalan dengan hasil penelitian (Constansje et al., 2023; Prazadhea & Fitriyah, 2023) bahwa

Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*.

3. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Ease of Use* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.703,17 masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $3,998 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,239, yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Dapat diambil pengertian bahwa semakin meningkatnya persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*), akan meningkatkan sikap positif individu terhadap penggunaan layanan *paylater*. *Perceived Ease of Use* mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana layanan tersebut mudah digunakan dan dioperasikan. Jika individu merasa bahwa layanan *paylater* mudah digunakan dan tidak rumit, hal ini dapat mempengaruhi sikap mereka secara positif terhadap penggunaan layanan tersebut. Persepsi tentang kemudahan penggunaan dapat memberikan keyakinan kepada individu bahwa mereka dapat dengan mudah menguasai dan memanfaatkan layanan *paylater*, sehingga mempengaruhi perasaan mereka dalam menggunakan layanan tersebut menjadi lebih terasa menyenangkan dan menarik.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Orientani & Kurniawati, 2021) bahwa tidak ditemukan pengaruh signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using*. Namun dapat didukung penelitian terdahulu lainnya karena sejalan dengan hasil penelitian (Badri et al., 2022) bahwa ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* dengan objek fintech *paylater*.

4. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Ease of Use* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.703,17 masuk kategori sangat tinggi. Sedangkan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $5,198 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,394, yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Dapat diambil pengertian bahwa semakin individu merasa bahwa layanan *paylater* mudah digunakan dan tidak rumit (*Perceived Ease of Use*), akan meningkatkan kecenderungan mereka untuk menggunakan ulang layanan *paylater* (Penggunaan Ulang *Paylater*). *Perceived Ease of Use* mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana layanan *paylater* mudah digunakan dan dioperasikan. Jika individu merasa bahwa penggunaan ulang *paylater* mudah dan tidak merepotkan, hal ini dapat mempengaruhi kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut kembali. Persepsi tentang kemudahan penggunaan yang tinggi dapat memberikan keyakinan kepada individu bahwa mereka dapat dengan mudah mengelola dan memanfaatkan ulang layanan *paylater*. Hal ini dapat meningkatkan adopsi dan penggunaan ulang *paylater* secara positif.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Asja et al., 2021; Dewi, 2022; Wijayanti et al., 2022) bahwa *Perceived Ease of Use* tidak terdapat pengaruh terhadap penggunaan *paylater*. Dan hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Yurin, 2022) bahwa *Perceived Ease of Use* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater*. Namun dapat didukung penelitian terdahulu karena sejalan dengan hasil penelitian (Mikael & Rahadi, 2022; Prazadhea & Fitriyah, 2023; A. L. Wijaya et al., 2022) bahwa

terdapat pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap penggunaan *paylater*.

5. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Usefulness* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.754 masuk dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $9,488 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,573, yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *Attitude Toward Using*. Dapat diambil pengertian bahwa semakin individu merasa bahwa layanan *paylater* memiliki manfaat yang berguna (*Perceived Usefulness*), akan meningkatkan sikap positif mereka terhadap penggunaan layanan tersebut (*Attitude Toward Using*). *Perceived Usefulness* mengacu pada persepsi individu tentang sejauh mana layanan *paylater* bermanfaat dan memberikan nilai tambah bagi mereka. Jika individu merasa bahwa penggunaan layanan *paylater* dapat memberikan manfaat yang signifikan, seperti kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi keuangan, hal ini dapat mempengaruhi sikap mereka secara positif terhadap penggunaan layanan tersebut. Persepsi tentang manfaat yang tinggi dapat memberikan keyakinan kepada individu bahwa penggunaan layanan *paylater* merupakan pilihan yang baik dan bernilai. Hal ini dapat meningkatkan perasaan positif yang mereka rasakan dan menstimulasi rasa senang dan ketertarikan terhadap layanan *paylater*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Badri et al., 2022) bahwa ditemukan pengaruh negatif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*. Namun dapat didukung penelitian terdahulu karena sejalan dengan hasil penelitian (Orientani &

Kurniawati, 2021) bahwa ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using*.

6. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Usefulness* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.754 masuk dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $0,664 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,507 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,050, yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Dapat diambil pengertian bahwa persepsi tentang manfaat layanan *paylater* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan individu untuk menggunakan layanan tersebut kembali. Meskipun *Perceived Usefulness* dapat memberikan keyakinan kepada individu bahwa penggunaan ulang layanan *paylater* akan memberikan manfaat yang berguna, namun faktor-faktor lain atau pertimbangan lain mungkin mempengaruhi keputusan penggunaan ulang. Mereka mungkin setuju untuk menggunakan atas dasar kegunaan namun khusus dalam penggunaan ulang layanan *paylater* ada hambatan berupa kewajiban yang ditanggungkan setelahnya dengan penambahan suku bunga, sehingga belum cukup memberikan pengaruh yang signifikan. Oleh karena itu, walaupun *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan *paylater* secara umum, namun tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yang dapat meningkatkan kecenderungan penggunaan ulang layanan tersebut. Hasil ini berbeda dengan penelitian lain dikarenakan mungkin mahasiswa tidak menangkap manfaat pada *paylater* serta mahasiswa memandang *paylater* penuh dengan risiko, jika dibanding

penelitian lain yang manfaatnya terasa jelas dan tidak terdapat hal yang dapat membebani penggunanya sehingga hasilnya cenderung positif.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Asja et al., 2021; Dewi, 2022; Mikael & Rahadi, 2022; Prazadhea & Fitriyah, 2023) bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *paylater*. Dan tidak sejalan dengan (Wijayanti et al., 2022) bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh negatif terhadap penggunaan *paylater*. Namun dapat didukung penelitian terdahulu lainnya karena sejalan dengan hasil penelitian (Yurin, 2022) bahwa *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater*.

7. Pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 kategori sangat tinggi. Sedangkan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $8,622 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,489, yang menunjukkan bahwa *Attitude Toward Using* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Dapat diambil pengertian bahwa semakin positif sikap individu terhadap penggunaan layanan *paylater* (*Attitude Toward Using*), akan meningkatkan kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut kembali (Penggunaan Ulang *Paylater*). *Attitude Toward Using* mengacu pada sikap individu terhadap penggunaan layanan *paylater*. Jika individu memiliki sikap positif terhadap penggunaan layanan *paylater*, seperti menyukai, merasa nyaman, dan percaya terhadap layanan yang diberikan, hal ini dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan ulang layanan tersebut. Sikap yang positif terhadap penggunaan layanan *paylater* dapat mendorong individu untuk mengadopsi penggunaan ulang, karena mereka

percaya bahwa layanan tersebut dapat memenuhi perasaan dan kepuasan mereka.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Badri et al., 2022) bahwa ditemukan pengaruh negatif *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan *paylater*. Namun dapat didukung penelitian terdahulu karena sejalan dengan hasil penelitian (Orientani & Kurniawati, 2021; A. L. Wijaya et al., 2022) bahwa ditemukan pengaruh positif dan signifikan *Attitude Toward Using* terhadap penggunaan *paylater*.

8. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel Literasi Keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.705,5 kategori sangat tinggi. Variabel *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 kategori sangat tinggi. . Sedangkan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 2,103 > 1,96 dan nilai *P-values* sebesar 0,036 < 0,05, serta nilai *path coefficient* negatif sebesar (-0,036), yang menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Dan hasil ini membuktikan *Attitude Toward Using* memediasi secara parsial pengaruh negatif dan signifikan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Dapat diambil pengertian bahwa bahwa Literasi Keuangan memengaruhi *Attitude Toward Using*, yang pada akhirnya mempengaruhi Penggunaan Ulang *Paylater*. Literasi Keuangan dapat memengaruhi sikap individu terhadap penggunaan layanan *paylater*, dan sikap tersebut kemudian mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan ulang layanan *paylater*. Hasil ini menekankan pentingnya sikap individu terhadap penggunaan layanan *paylater* dalam menjelaskan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Literasi keuangan mempunyai peran yang besar dalam keputusan

penggunaan ulang *paylater*, namun setelah dimediasi sikap penggunaan, hasil literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* memiliki nilai *path coefficient* lebih rendah yaitu -0,036 dibanding nilai *path coefficient* literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* sebesar -0,071 sehingga didapati keputusan untuk tidak menggunakannya lebih rendah.

Dalam hal ini, belum ada penelitian terdahulu yang menguji pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*, sehingga tidak ada penelitian yang dapat mendukung hasil tersebut.

9. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Ease of Use* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.703,17 masuk kategori sangat tinggi. Variabel *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 kategori sangat tinggi. Sedangkan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $3,671 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,117, yang menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Dan hasil ini membuktikan *Attitude Toward Using* memediasi secara parsial pengaruh positif dan signifikan *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Dapat diambil pengertian bahwa bahwa *Perceived Ease of Use* memengaruhi *Attitude Toward Using*, yang pada gilirannya mempengaruhi Penggunaan Ulang *Paylater*. Persepsi tentang kemudahan penggunaan layanan *paylater* dapat memengaruhi sikap individu terhadap penggunaan ulang layanan tersebut, dan sikap tersebut kemudian mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan ulang layanan *paylater*. Hasil ini menunjukkan bahwa pentingnya persepsi tentang kemudahan penggunaan layanan *paylater*, karena nilai *path coefficient*

Perceived Ease of Use terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* lebih tinggi yaitu 0,394 dibanding setelah dimediasi *Attitude Toward Using* sebesar 0,117. Membuktikan porsi kemudahan penggunaan lebih diutamakan dibanding perasaan senang. Dengan meningkatkan persepsi tentang kemudahan penggunaan layanan *paylater* melalui desain antarmuka yang intuitif, panduan yang jelas, dan pengalaman pengguna yang lancar, dapat diharapkan penggunaan ulang layanan *paylater* akan meningkat.

Hasil penelitian ini dapat didukung penelitian terdahulu karena sejalan dengan hasil penelitian (A. L. Wijaya et al., 2022) bahwa *Attitude Toward Using* memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

10. Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.

Berdasarkan analisis deskriptif dengan tanggapan responden bahwa dari seluruh indikator variabel *Perceived Usefulness* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.754 masuk dalam kategori sangat tinggi. Variabel *Attitude Toward Using* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.732,5 kategori sangat tinggi. Sedangkan variabel Penggunaan Ulang *Paylater* memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.672 termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Hasil uji hipotesis diperoleh nilai *T-statistic* sebesar $6,442 > 1,96$ dan nilai *P-values* sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai *path coefficient* positif sebesar 0,280, yang menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*. Dan hasil ini membuktikan *Attitude Toward Using* memediasi secara penuh pengaruh positif dan signifikan *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Dapat diambil pengertian bahwa bahwa *Perceived Usefulness* memengaruhi *Attitude Toward Using*, yang pada akhirnya mempengaruhi Penggunaan Ulang *Paylater*. Persepsi tentang manfaat yang diberikan oleh layanan *paylater* dapat memengaruhi sikap individu terhadap penggunaan ulang layanan tersebut, dan sikap

tersebut kemudian mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan ulang layanan *paylater*. Hasil ini menunjukkan bahwa pentingnya sikap penggunaan dalam menaikkan pengaruh persepsi tentang kegunaan *paylater* terhadap penggunaan ulang *paylater*. Sebelumnya persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan ulang, namun dengan adanya campuran perasaan pribadi pengguna seperti kesenangan dan ketertarikan maka dapat menstimulasi orang tersebut menggunakan ulang layanan *paylater*. Dengan memastikan bahwa manfaat layanan *paylater* dikomunikasikan dengan jelas kepada pengguna, menjelaskan bagaimana layanan tersebut dapat memudahkan kehidupan keuangan mereka, diiringi sikap penggunaan berupa perasaan pribadi yaitu senang dan ketertarikan saat menggunakan layanan, dapat diharapkan penggunaan ulang layanan *paylater* akan meningkat.

Hasil penelitian ini dapat didukung penelitian terdahulu karena sejalan dengan hasil penelitian (A. L. Wijaya et al., 2022) bahwa *Attitude Toward Using* memediasi pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan dan Model Penerimaan Teknologi/*Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan pada penelitian ini, diperoleh 9 hipotesis diterima dan 1 hipotesis ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. **Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.** Kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku dalam pembuatan keputusan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap penggunaan, dimana pengguna merasa kurang senang dan kurang menikmati dalam penggunaan aplikasi *paylater*. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan baik mempunyai kesadaran bahwa *paylater* hanyalah sebuah alat pembayaran dengan perhitungan suku bunga yang harus diperhatikan serta kewajiban yang ditanggung di kemudian hari, sehingga timbul perasaan kurang menyenangkan ataupun kurangnya ketertarikan.
2. **Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.** Kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku dalam pembuatan keputusan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu pengguna tidak menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik memahami implikasi penggunaan ulang *paylater*, termasuk adanya suku bunga yang harus diperhatikan serta kewajiban yang ditanggung di kemudian hari. Kesadaran ini membuat mereka cenderung lebih berhati-hati dalam memanfaatkannya, dan mempertimbangkan alternatif pembayaran lainnya yang mengurangi beban keuangan mereka, serta

menggunakan *paylater* hanya dalam situasi yang benar-benar diperlukan.

3. ***Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.** Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan yaitu merasa senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*. Semua kalangan utamanya mahasiswa tidak menyukai hal yang rumit, jika mahasiswa tersebut merasa bahwa layanan *paylater* mudah digunakan dan tidak rumit akan mempengaruhi sikap mereka secara positif terhadap penggunaan layanan tersebut. Bahwa mereka dapat dengan mudah menguasai dan memanfaatkan *paylater*, sehingga mempengaruhi perasaan mereka dalam menggunakan layanan tersebut menjadi lebih terasa menyenangkan dan menarik.
4. ***Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Penggunaan Ulang Paylater*.** Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya. Semua kalangan utamanya mahasiswa tidak menyukai hal yang rumit, jika mahasiswa tersebut merasa bahwa layanan *paylater* mudah digunakan dan tidak rumit akan mempengaruhi kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut kembali. Bahwa penggunaan yang mudah akan meningkatkan penggunaan kembali *paylater* oleh mahasiswa.
5. ***Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Using*.** Persepsi kegunaan berkaitan dengan kecepatan dan membantu dalam pembayaran *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan yaitu merasa senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater*. Persepsi mahasiswa tentang manfaat yang tinggi dapat memberikan keyakinan bahwa

penggunaan *paylater* merupakan pilihan yang baik dan bernilai. Hal ini dapat meningkatkan perasaan positif yang mereka rasakan dan menstimulasi rasa senang dan ketertarikan terhadap layanan *paylater*.

6. ***Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.** Persepsi kegunaan berkaitan dengan kecepatan dan membantu dalam pembayaran, kegunaan memiliki pengaruh tapi tidak memengaruhi secara signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya. Meskipun kegunaan atau manfaat dapat memberikan keyakinan kepada mahasiswa, namun mahasiswa cenderung berpikir kritis bahwa ada faktor-faktor lain atau pertimbangan lain mempengaruhi keputusan penggunaan ulang. Mereka mungkin setuju untuk menggunakan atas dasar kegunaan namun khusus dalam penggunaan ulang layanan *paylater* ada hambatan berupa kewajiban yang ditangguhkan setelahnya dengan penambahan suku bunga, sehingga belum cukup memberikan pengaruh yang signifikan.
7. ***Attitude Toward Using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*.** Sikap penggunaan yaitu merasa senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya. Perasaan merupakan pemicu yang kuat bahkan untuk seorang mahasiswa, karena mereka percaya bahwa layanan tersebut dapat memenuhi perasaan dan kepuasan mereka, maka dapat mendorong penggunaan ulang *paylater*.
8. **Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.** Kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku dalam pembuatan keputusan keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap penggunaan berupa perasaan kurang senang dan kurang menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater* yang kemudian sikap

penggunaan mempengaruhi pengguna untuk tidak menggunakan *paylater* kembali. Hasil ini menekankan pentingnya sikap individu terhadap penggunaan layanan *paylater* dalam menjelaskan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater*. Literasi keuangan mempunyai peran yang besar dalam keputusan penggunaan ulang *paylater*, namun setelah dimediasi sikap penggunaan, hasil literasi keuangan terhadap penggunaan ulang *paylater* lebih rendah, sehingga keputusan untuk tidak menggunakannya lebih rendah. Bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan baik tetap cenderung berhati-hati dalam menggunakan *paylater* walaupun diberi ruang perasaan positif atau senang dalam menggunakannya.

9. ***Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.** Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan yaitu merasa senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater* yang kemudian sikap penggunaan mempengaruhi penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya. Dengan hasil sebelum mediasi yang lebih tinggi, dapat diketahui mahasiswa lebih mengutamakan kemudahan dibandingkan perasaan positif atau senang.
10. ***Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Ulang *Paylater* melalui *Attitude Toward Using*.** Persepsi kemudahan berkaitan dengan fleksibilitas dan kemudahan tahapan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan yaitu merasa senang dan menikmati dalam menggunakan aplikasi *paylater* yang kemudian sikap penggunaan mempengaruhi penggunaan ulang *paylater* yaitu menggunakan kembali *paylater* ketika sudah pernah menggunakannya. Bahwa pentingnya sikap penggunaan dalam menaikkan pengaruh persepsi tentang kegunaan *paylater* terhadap penggunaan ulang *paylater* oleh mahasiswa. Sebelumnya persepsi

kegunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan ulang, namun dengan adanya campuran perasaan pribadi pengguna seperti kesenangan dan ketertarikan maka dapat menstimulasi penggunaan ulang layanan *paylater*. Mahasiswa memberi ruang untuk menggunakan ulang jika menyangkut perasaan positif, meski itu menyangkut kewajiban yang perlu ditanggung namun mahasiswa merasa *paylater* cukup memberikan nilai manfaat.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan ini adalah sebagai berikut:

6.2.1 Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa perlu menyadari implikasi finansial dari penggunaan *paylater*. Mereka harus memahami biaya dan bunga yang terkait dengan penggunaan *paylater*, serta dampak jangka panjang dari utang yang tidak terbayar. Dengan pemahaman ini, mahasiswa dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam menggunakan layanan *paylater*.
2. Mahasiswa perlu mengembangkan sikap kritis terhadap penggunaan *paylater*. Mereka harus mempertimbangkan apakah penggunaan *paylater* benar-benar diperlukan dan apakah mereka memiliki kemampuan untuk membayar tagihan secara tepat waktu. Mahasiswa juga perlu mempertimbangkan alternatif lain dalam mengelola keuangan mereka, seperti mengatur anggaran atau mencari sumber pendapatan tambahan.
3. Mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan mereka agar dapat mengelola keuangan dengan lebih baik. terlepas dari menggunakan atau tidaknya *paylater* maka dengan pengelolaan yang baik akan menghindarkan dari masalah keuangan.

6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Saran untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan model penelitian Technology Acceptance Model (TAM) untuk

melakukan peninjauan terhadap variabel *Perceived Usefulness* karena dalam penelitian ini terbukti tidak berpengaruh signifikan.

2. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan populasi selain mahasiswa seperti masyarakat umum, agar dapat bervariasi tingkat literasi keuangannya.
3. Penelitian selanjutnya dapat memperluas atau menambahkan variabel lain seperti dorongan kebutuhan, atau tingkat pendapatan, walaupun cenderung mengarah pada marketing, namun kemungkinan lebih menghasilkan kesimpulan yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrazhevich, D. (2004). Electronic Payment Systems: a User-Centered Perspective and Interaction Design. In *Technische Universiteit Eindhoven* (Vol. 1, Issue 2004). <https://doi.org/10.6100/IR575913>
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Forum Ekonomi*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>
- Aftika, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah.*
- Agustin, D. A., Wijaya, R. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 91–103. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.186>
- Allgood, S., & Walstad, W. B. (2016). The effects of perceived and actual financial literacy on financial behaviors. *Economic Inquiry*, 54(1), 675–697. <https://doi.org/10.1111/ecin.12255>
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.
- Badri, R. E., Putri, A. S., & Dyasvaro, R. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Fintech Paylater: Integrasi Model TAM Dengan Religiusitas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 91–99.
- Baiq Fitri Arianti, & Khoirunnisa Azzahra. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 156–171.

<https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2635>

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1177/1350506818764762>
- Bezhovski, Z. (2016). The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System. *European Journal of Business and Management*, 8(8), 127–132.
- Chernovita, H. P. (2020). The Role of Financial Literacy to Suppress Temptation of Using PayLater Service. *2020 IEEE 10th Symposium on Computer Applications & Industrial Electronics (ISCAIE)*, 113–117. <https://doi.org/10.1109/ISCAIE47305.2020.9108830>
- Chin, W. W. (2010). Handbook of Partial Least Squares. In *Handbook of Partial Least Squares*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
- Constansje, B., Kurniasari, F., & Abubakar, A. (2023). The Effects Of Financial Literacy, Self-Efficacy, And Financial Stress On Risky Credit Behavior Of Generation Z: Evidence From Pay Later Users. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 11(1), 180–210. <http://scientificia.com/index.php/JEBE/article/view/206>
- Crystal, D. (2011). Internet Linguistics: A Student Guide. In *Routledge* (Vol. 1). <https://doi.org/10.4324/9780203830901>
- DailySocial. (2021). Fintech Report 2021 - The Convergence of (Digital) Financial Services. *DSResearch*. <https://dailysocial.id/research/fintech-report-2021>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Davis, F. D. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. In *International Journal of Man-Machine Studies* (Vol. 38, Issue 3, pp. 475–487). <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>
- Dewi, Y. M. (2022). *Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Spaylater Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)*.

- Fianto, F., Prismayani, R., Wijaya, N. I., Miftahussururi, Hanifah, N., Nento, M. N., Akbari, Q. S., & Adryansyah, N. (2017). Materi Pendukung Literasi Finansial. *Gerakan Literasi Nasional*, 1–41.
- Fritz, H. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: John Wiley and Sons. <https://doi.org/10.1037/10628-000>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Konsep, teknik, aplikasi menggunakan Smart PLS 3.0 untuk penelitian empiris. *BP Undip. Semarang*, 290.
- Gusni, Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go-Pay. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 22–33. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3892>
- Hadikusuma, S. (2019). Pengaruh Social Influence, Perceived Usefulness, Dan Perceived Security Terhadap Continue Use Intention Aplikasi Mobile Payment Ovo Melalui Attitude Towards Using Mobile Payment Sebagai Variabel Intervening Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonom. *Agora*, 7(2). <https://www.neliti.com/publications/287242/>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE.
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 2953–2957.
- Komalasari, Y., & Marjito. (2019). Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Attitude Toward Using Pada Ojek Online Uber. *Jurnal Computech & Bisnis*, 13(1), 11–17.
- Mikael, J., & Rahadi, R. A. (2022). the Relationship Between Financial Literacy, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on Paylater Usage. *International Journal of Business and Economy (IJBE)*, 4(3), 276–289. <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>Journalwebsite:<http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec>
- Mukherjee, M., & Roy, S. (2017). E-Commerce and Online Payment in the Modern Era. *International Journal of Advanced Research in Computer*

- Science and Software Engineering*, 7(5).
<https://doi.org/10.23956/ijarcsse/sv7i5/0250>
- Mustajibah, T., & Trilaksana, A. (2021). Dinamika E-Commerce Di Indonesia Tahun 1999-2015. *Avatara*, 10(3).
- Nirmala, I. (2022). *Indonesia Pengguna Fintech Tertinggi Ketiga di Dunia*. Katadata.
<https://katadata.co.id/intannirmala/digital/60d1c95ea19bb/indonesia-pengguna-fintech-tertinggi-ketiga-di-dunia>
- OECD/INFE. (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022*.
- OJK. (2019). *FAQ (Frequently Asked Questions) Fintech Lending Otoritas Jasa Keuangan*.
- OJK. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025. *Otoritas Jasa Keuangan*, 378.
- Orientani, R., & Kurniawati, M. (2021). Factors Influencing Intention to Use SPayLater in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 285–294.
<https://doi.org/10.33096/jmb.v8i2.842>
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet pada Generasi Milenial di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Bisman*, 3(1), 72–85.
<https://doi.org/10.31857/s0320930x20040088>
- Prazadhea, A. A., & Fitriyah. (2023). The Influence Of Financial Literacy , Ease Of Use And Usefulness On The Use Of Shopee Paylater In Malang City Students. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 723–743. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3066>
- Putri, S. D. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee*.
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 5.
- Ramadya, I. R. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease

- Of Use (PEOU) terhadap Attitude Toward Using (ATU) serta Dampaknya terhadap Behavioral Intention To Use (BITU). *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(4), 553–561. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.14>.
- Rellyasari, M. (2021). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Pendidikan Dan Pekerja Terhadap Literasi Keuangan Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Jetis. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 17(2), 235. <https://doi.org/10.31315/be.v17i2.5615>
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Salsabila, S. T. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Manfaat terhadap Niat Menggunakan PayLater Pada Mahasiswa di Indonesia SKRIP*.
- Sandi, A. S., Soedijono, B., & Nasiri, A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using Dengan Metode TAM Pada Sistem Informasi Magang. *IT Journal Research and Development (ITJRD)*, 5(2), 109–118. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2021.vol5\(2\).5287](https://doi.org/10.25299/itjrd.2021.vol5(2).5287)
- Scheresberg, C. de B. (2013). Financial Literacy and Financial Behavior among Young Adults: Evidence and Implications. *Numeracy*, 6(2). <https://doi.org/10.5038/1936-4660.6.2.5>
- Setianingrum, N. (2021). Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, Usia Terhadap Literasi Keuangan Pada Bank Syariah (Studi Masyarakat Kota Cikarang). *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 17(2), 257. <https://doi.org/10.31315/be.v17i2.5617>
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention to Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Gopay di Kota Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 3(1), 39–51.
- Singasatia, D., & Melami, M. (2018). *Pengaruh Perceived Usefulness (PU) Dan Perceived Ease Of Use (PEOU) Terhadap Attitude Toward Using (ATU)*

Serta Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Use (BITU) (Study Kasus : Pengguna Sistem Pendaftaran Online Lomba Tingkat (LT) IV Kwartir Daerah Ger. 1–8.

- Sinurat, E. M., & Sugiyanto, L. B. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Promosi Penjualan melalui Mediasi Attitude Toward Using dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use (Studi Empiris: Pengguna Mobile Wallet di Jakarta). *Business Management Journal*, 18(1), 17–35. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2820>
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. In D. I. Sutopo (Ed.), *Bandung: Alfabeta*.
- Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369–392. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2012-0244>
- Universitas Jambi. (2021). *Visi Misi*. <https://www.unja.ac.id/visi-misi/>
- Venkantesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*. 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.1016/j.inoche.2016.03.015>
- Wahyuni, Y. (2012). Dasar-Dasar Statistik Deskriptif (II). *Nuha Medika*.
- Wijaya, A. L., Hafizh, D. F., & Damanik, F. D. G. (2022). *Niat Konsumen Menggunakan Aplikasi Paylater Traveloka (E-Commerce)*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31204.35206>
- Wijaya, C., Kardinal, & Cholid, I. (2017). Analisis Pengaruh Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan, Dan Pendapatan, Terhadap Literasi Keuangan Warga Di Komplek Tanah Mas. *Skripsi Jurusan Manajemen STIE Multi Data Palembang*, 1–5. eprints.mdp.ac.id/2331/1/Jurnal_2014200001.pdf%0A%0A
- Wijayanti, M., Rohaeni, H., Mukarromah, A., & Yunita, T. (2022). The Influence Of Financial Literature, Benefits, Easy And Income On Interest In Using Shopee Paylater (Study On Milenial Generation, Bekasi Regency) Murti. *International Journal of Education, Information Technology and Others (IJEIT)*, 5(2), 389–399. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6631297>

- Wirahutomo, G. A. (2017). *Pengaruh Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness), Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) terhadap Niat Perilaku (Behavioural Intention) dalam Mengakses Channel Youtube Endank Soekamti dengan Sikap Penggunaan (Attitude Toward Using) sebagai Mediasi.*
- Yurin, A. S. (2022). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Enjoyment terhadap Continuance Intention dengan Satisfaction pada Pengguna Fitur Shopee Paylater (Studi Kasus masyarakat kota Padang).* Universitas Negeri Padang.

LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Lampiran 1 Form Kuesioner Penelitian

Kepada

Yth. Mahasiswa/i S1 Universitas Jambi

Di tempat

Dengan hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, saya melaksanakan penelitian berjudul "Analisis Literasi Keuangan dalam Kerangka *Technology Acceptance Model* (Studi Kasus Penggunaan Ulang *Paylater* Mahasiswa S1 Universitas Jambi)".

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan anda, untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Perlu saya sampaikan bahwa hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik dan tidak akan berpengaruh pada status anda sebagai seorang mahasiswa Manajemen.

Atas kesediaan dan bantuan dari anda untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya, secara objektif, dan apa adanya sangat berarti bagi penelitian ini. Untuk itu saya ucapkan terima kasih.

Dengan Hormat,

Ringga Putra Pamungkas

Bagian I

DATA RESPONDEN :

Isilah setiap pernyataan sesuai dengan data diri anda.

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Laki – Laki

Perempuan

Usia :

Jurusan/Prodi :

Fakultas :

NIM :

Angkatan :

2019

2020

2021

2022

Apakah anda pernah atau masih menggunakan *paylater* ketika berbelanja?

Ya

Tidak

Paylater apa yang anda gunakan sebagai pembayaran?

▪ *Shopee Paylater*

▪ *Akulaku*

▪ *Dana Paylater*

▪ *Gopay Paylater*

▪ *Traveloka Paylater*

▪ *Kredivo Paylater*

▪ *Indodana*

Bagian II

LITERASI KEUANGAN (*Objective Self Assessment*)

Jawablah pertanyaan berikut sesuai dengan jawaban yang menurut Saudara/I paling tepat.

1. Apabila 5 (lima) orang diberi hadiah sebesar Rp. 1.000.000. Jika hadiah dibagi secara merata, maka masing-masing orang akan mendapat bagian sebesar?
 - a. Lebih dari Rp 200.000
 - b. Tepat Rp 200.000**
 - c. Kurang dari Rp 200.000
 - d. Tidak tahu
2. Seandainya Anda harus menunggu satu tahun untuk mendapatkan bagian uang sebesar Rp. 1.000.000 tersebut dan mengalami inflasi. Setelah satu tahun mereka dapat membeli barang dalam jumlah?
 - a. Lebih banyak dari pada yang dibeli sekarang**
 - b. Sama banyak dengan jumlah yang dibeli sekarang
 - c. Lebih sedikit dari pada yang mereka beli sekarang
 - d. Tidak tahu
3. Seandainya Anda meminjamkan uang sebesar Rp. 100.000 kepada teman hari ini dan pada keesokan harinya dia mengembalikan uang tersebut sebesar Rp. 100.000. Berapa bunga yang telah dia bayar untuk pinjaman tersebut?
 - a. 2%
 - b. 3%
 - c. Tidak berbunga**
 - d. Tidak tahu
4. Misalkan Anda memiliki tabungan di Bank sebesar Rp. 1.000.000 dengan tingkat bunga 20% per tahun. Dengan asumsi tidak ada biaya administrasi dan penarikan saldo tabungan. Berapa jumlah rekening Anda pada akhir tahun pertama (termasuk bunga)?
 - a. Lebih dari Rp 1.200.000
 - b. Tepat Rp 1.200.000**
 - c. Kurang dari Rp 1.200.000

- d. Tidak tahu
- 5. Berdasarkan soal nomor 4, maka setelah 5 tahun berapakah jumlah tabungan yang ada di rekening Anda?
 - a. Lebih dari Rp 2.000.000
 - b. Tepat Rp 2.000.000**
 - c. Kurang dari Rp 2.000.000
 - d. Tidak tahu

Bagian III

Isilah dengan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Saudara/i. Setiap pernyataan hanya memiliki satu pilihan jawaban. Setiap nilai/skor akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Saudara/i. Adapun nilai/skor jawaban dari pertanyaan dengan kalimat positif:

Nilai/skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Nilai/skor 2: Tidak Setuju (TS)

Nilai/skor 3 : Ragu (R)

Nilai/skor 4 : Setuju (S)

Nilai/skor 5 : Sangat Setuju (SS)

Dan adapun nilai/skor jawaban dari pertanyaan dengan kalimat negatif:

Nilai/skor 5: Sangat Tidak Setuju (STS)

Nilai/skor 4: Tidak Setuju (TS)

Nilai/skor 3 : Ragu (R)

Nilai/skor 2 : Setuju (S)

Nilai/skor 1 : Sangat Setuju (SS)

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | |
|-----------------------------|---|-----------------|----|---|---|----|
| | Literasi Keuangan | STS | TS | R | S | SS |
| Pengetahuan Keuangan | | | | | | |
| 1 | Inflasi tinggi menyebabkan biaya hidup meningkat. | | | | | |
| 2 | Saya tidak akan kehilangan semua uang, jika menemukannya di beberapa tempat berbeda. | | | | | |
| 3 | Jika seseorang menawarkan untuk menghasilkan banyak uang, maka tinggi juga kesempatan untuk kehilangan banyak uang. | | | | | |
| Perilaku Keuangan | | | | | | |
| 4 | Saya cenderung berpikir dua kali sebelum | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------|---|------------------------|----|---|---|----|
| | mengeluarkan uang untuk hal-hal yang tidak penting. | | | | | |
| 5 | Saya meminjam hanya ketika saya dapat melunasinya. | | | | | |
| 6 | Saya membayar tagihan tepat waktu. | | | | | |
| Sikap Keuangan | | | | | | |
| 7 | Saya cenderung lebih puas menghabiskan uang daripada menyimpannya untuk jangka panjang. | | | | | |
| 8 | Saya cenderung fokus memenuhi kebutuhan saat ini dan mempercayakan nasib besok sesuai takdir. | | | | | |
| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | |
| | <i>Perceived Ease of Use</i> | STS | TS | R | S | SS |
| Upaya Fisik | | | | | | |
| 1 | <i>Paylater</i> memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam pembayaran. | | | | | |
| 2 | Proses penggunaan <i>paylater</i> tidak melelahkan bagi saya. | | | | | |
| Upaya Mental | | | | | | |
| 3 | <i>Paylater</i> memerlukan banyak konsentrasi ketika digunakan. | | | | | |
| 4 | Proses menggunakan <i>paylater</i> menimbulkan perasaan frustrasi. | | | | | |
| Kemudahan Dipelajari | | | | | | |
| 5 | Saya dengan mudah mengingat langkah-langkah dalam menggunakan <i>paylater</i> . | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|--|------------------------|----|---|---|----|
| 6 | Saya memerlukan panduan sebelum menggunakan <i>paylater</i> karena sulit untuk dipahami (seperti tutorial youtube) | | | | | |
| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | |
| | <i>Perceived Usefulness</i> | STS | TS | R | S | SS |
| Efektivitas | | | | | | |
| 1 | Menggunakan <i>paylater</i> meningkatkan efektivitas dalam melakukan pembayaran. | | | | | |
| 2 | Menggunakan <i>paylater</i> meningkatkan kinerja keuangan saya. | | | | | |
| Produktif dan Menghemat Waktu | | | | | | |
| 3 | <i>Paylater</i> memungkinkan saya menyelesaikan pembayaran dengan lebih cepat. | | | | | |
| 4 | <i>Paylater</i> menghemat waktu saya dalam melakukan pembayaran. | | | | | |
| Kepentingan Sistem | | | | | | |
| 5 | Menggunakan <i>paylater</i> membuat pengelolaan keuangan saya menjadi lebih mudah. | | | | | |
| 6 | Penggunaan <i>paylater</i> sangat membantu saya dalam melakukan pembayaran. | | | | | |
| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | |
| | <i>Attitude Toward Using Paylater</i> | STS | TS | R | S | SS |
| Sikap Menggunakan | | | | | | |
| 1 | Transaksi dengan menggunakan <i>paylater</i> menarik dan tidak membosankan. | | | | | |
| 2 | Menggunakan <i>paylater</i> terasa menyenangkan. | | | | | |

| No | Pernyataan | Pilihan Jawaban | | | | |
|---|---|-----------------|----|---|---|----|
| | Penggunaan Ulang <i>Paylater</i> | STS | TS | R | S | SS |
| Niat Menggunakan Ulang (<i>Intention to Reuse</i>) | | | | | | |
| 1 | Saya berniat menggunakan <i>Paylater</i> untuk setiap transaksi kedepannya. | | | | | |
| 2 | Saya akan berusaha untuk selalu menggunakan <i>Paylater</i> di setiap transaksi kedepannya. | | | | | |

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian

| Resp. | LK_1 | LK_2 | LK_3 | LK_4 | LK_5 | LK_6 | LK_7 | LK_8 | PEOU_1 | PEOU_2 | PEOU_3 | PEOU_4 | PEOU_5 | PEOU_6 | PU_1 | PU_2 | PU_3 | PU_4 | PU_5 | PU_6 | ATU_1 | ATU_2 | PUP_1 | PUP_2 |
|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 101 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 102 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 103 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 104 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 105 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 106 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 107 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 108 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 109 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| 110 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 111 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 112 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 113 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 114 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 115 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 116 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 117 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 118 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 119 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 120 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 121 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 122 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 123 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 124 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 |
| 125 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 126 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 127 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 128 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 129 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 130 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 131 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 132 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 1 |
| 133 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 134 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 135 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 |
| 136 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 137 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 138 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 139 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 140 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | |
| 141 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 |
| 142 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 143 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 144 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 145 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 146 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 1 |
| 147 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 148 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 149 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 150 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 151 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 152 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 153 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 154 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 155 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 156 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 157 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 158 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 159 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 160 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 161 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 162 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 163 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 164 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 165 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 166 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 167 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 168 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 169 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 170 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 171 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 172 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 173 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 174 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 175 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 176 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 177 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 178 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 179 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | |
| 180 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 181 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 182 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 183 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 184 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 185 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 186 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 187 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 188 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 189 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 190 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 191 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 192 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 193 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 194 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 195 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 196 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 197 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 198 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 199 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 200 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 201 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 202 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 203 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 204 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 205 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 206 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 207 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 |
| 208 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 209 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 210 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 211 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 212 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 213 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 214 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 215 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 216 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 217 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 218 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 219 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 220 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 221 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 222 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 223 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 224 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 225 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 226 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 227 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 228 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 229 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 230 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 231 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 232 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 233 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 234 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 235 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 236 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 237 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 238 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 239 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 240 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 241 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 242 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 243 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 244 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 245 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 246 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 247 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 248 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 249 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 250 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 251 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 252 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 253 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 254 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 255 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 256 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |

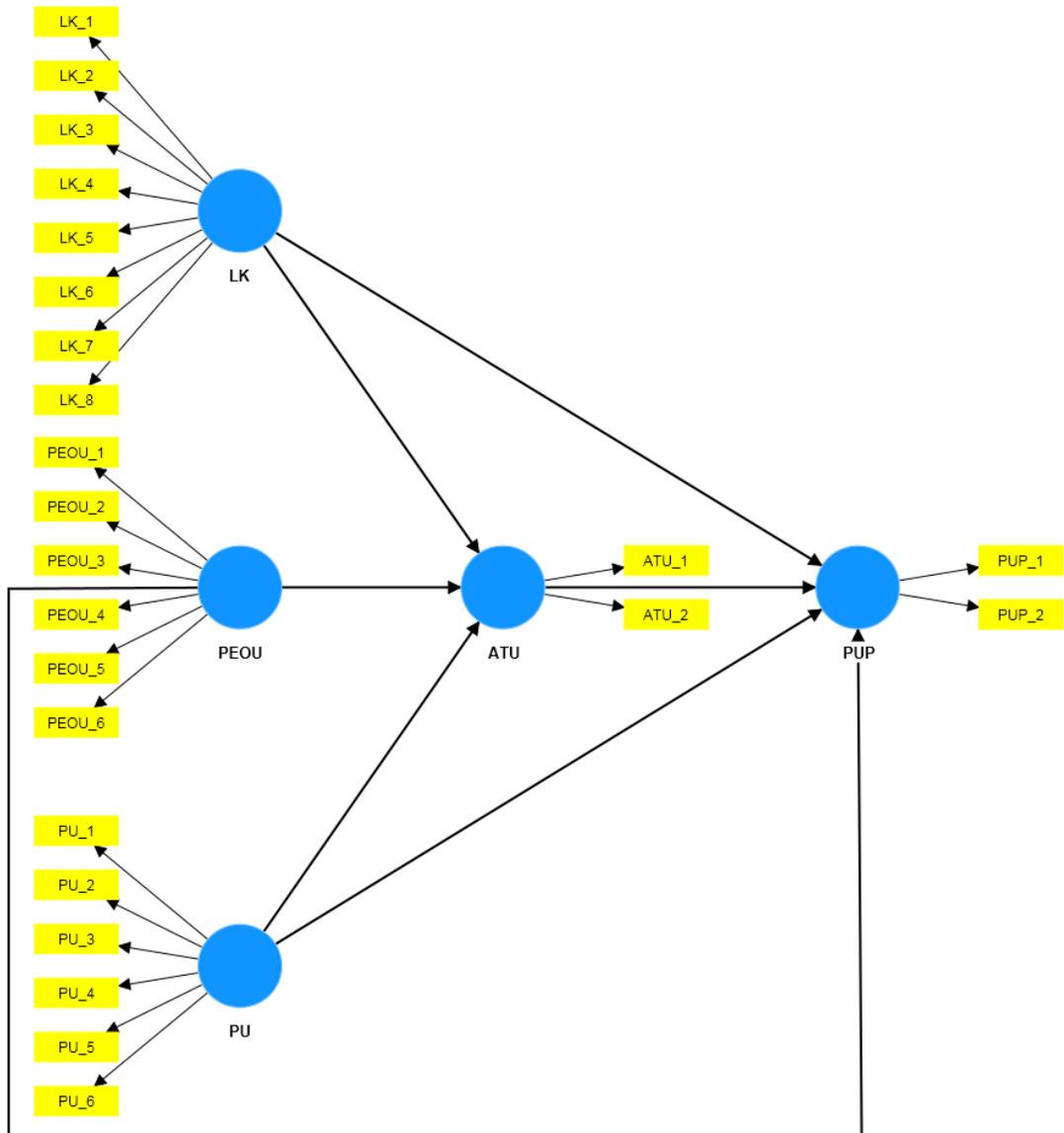
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 257 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 258 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 259 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 260 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 261 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 262 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 263 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 264 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 265 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 266 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 267 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 268 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 269 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 270 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 271 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 272 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 273 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 274 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 275 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 276 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 277 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 278 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 279 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 280 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 281 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 282 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 283 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 284 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 285 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 286 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 287 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 288 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 289 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 290 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 291 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 292 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 293 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 294 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 295 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 296 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 297 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 298 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 299 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 300 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 301 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 302 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 303 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 304 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 305 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 306 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 307 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 308 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 309 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 310 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 311 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 312 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 313 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 314 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 315 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 316 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 317 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 318 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 319 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | |
| 320 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 321 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 322 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 323 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 324 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | |
| 325 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | |
| 326 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 327 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 328 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 329 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 330 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 331 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 332 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 333 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 334 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |

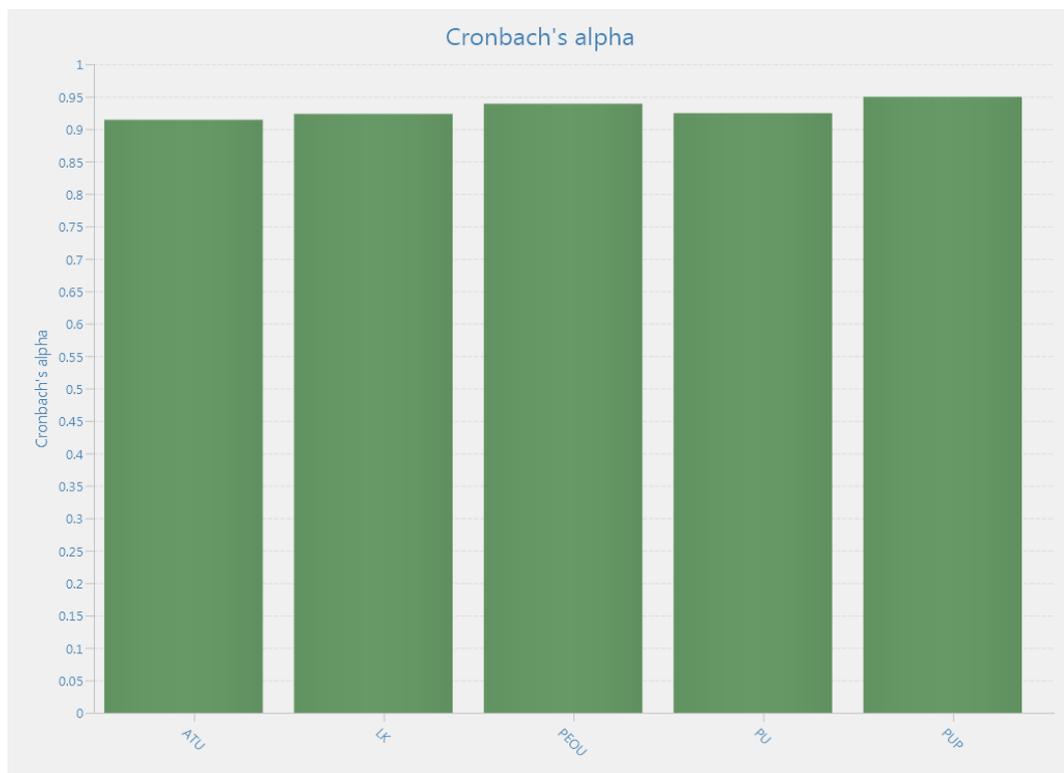
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 335 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 336 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 337 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 338 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 339 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 340 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 341 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 342 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 343 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 344 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 345 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 346 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 347 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 348 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 349 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 350 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 351 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 352 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 353 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 354 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 355 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 356 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 357 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 358 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 359 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 360 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 361 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 362 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 363 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 364 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 365 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 366 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 |
| 367 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 368 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 369 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 370 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 371 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 372 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 373 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 374 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 375 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 376 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 377 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 378 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 379 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 |

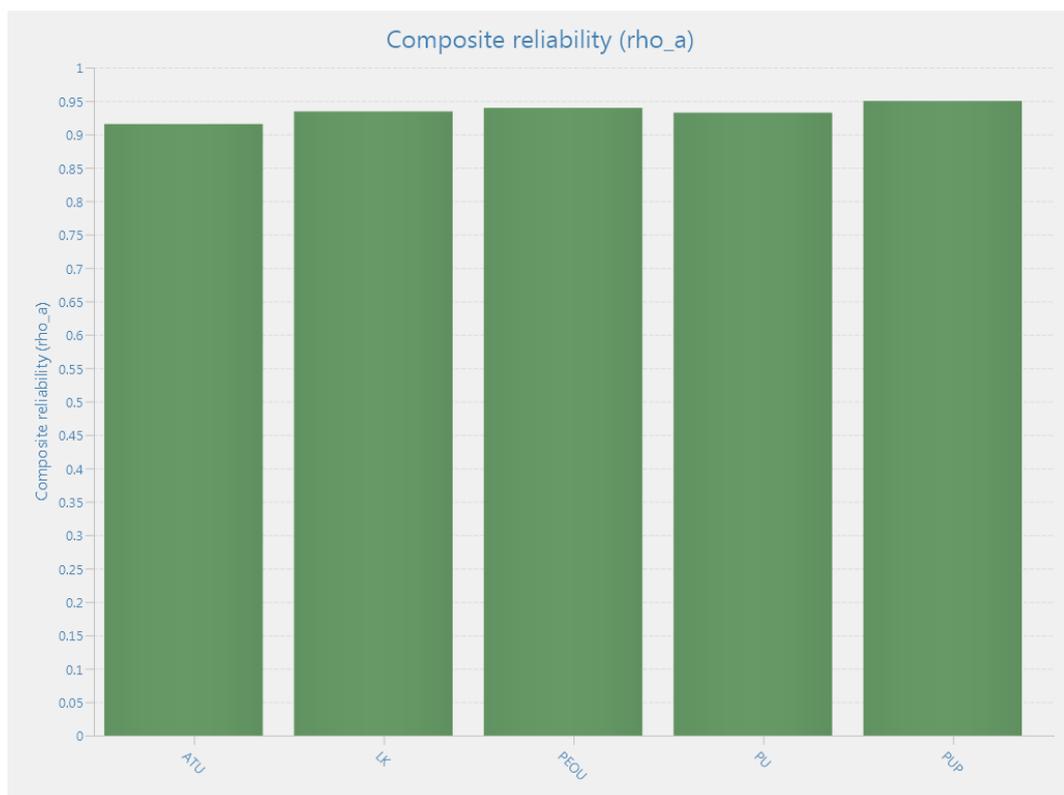
Lampiran 3 Model Penelitian



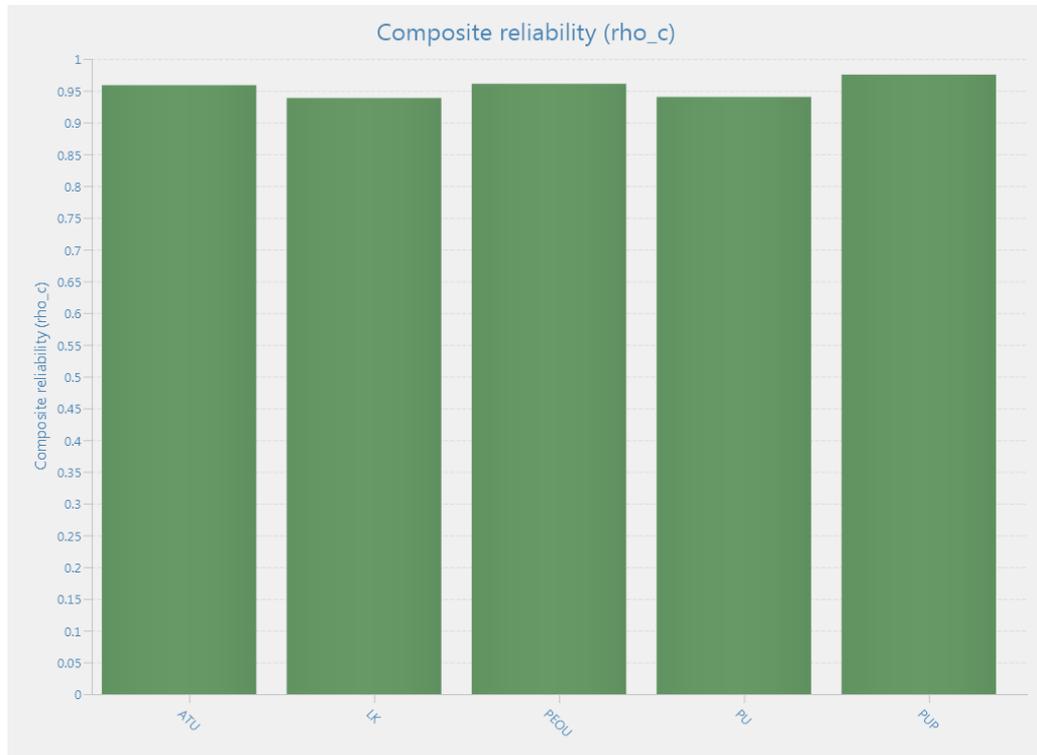
Lampiran 4 Diagram Cronbach Alpha



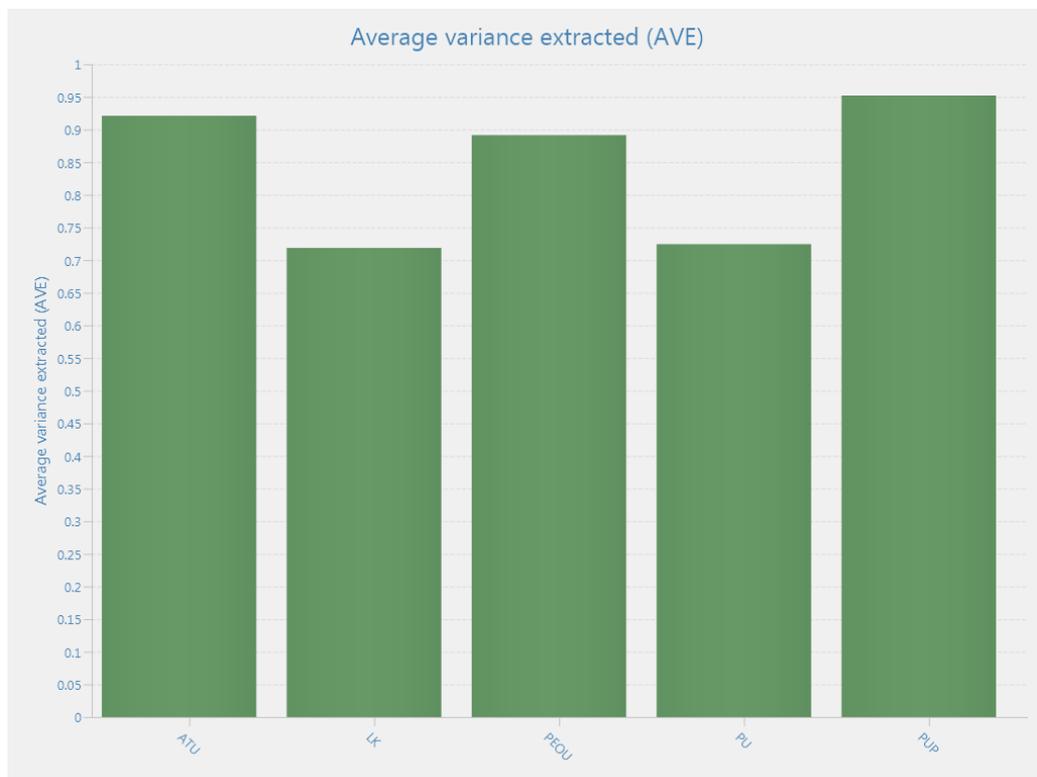
Lampiran 5 Diagram Composite Reliability (rho_a)



Lampiran 6 Diagram *Composite Reliability* (ρ_c)



Lampiran 7 Diagram AVE



Lampiran 8 Uji Reliabilitas

Construct reliability and validity - Overview Zoom (100%)

| | Cronbach's alpha | Composite reliability (rho_a) | Composite reliability (rho_c) | Average variance extracted (AVE) |
|------|------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| ATU | 0.914 | 0.915 | 0.959 | 0.921 |
| LK | 0.923 | 0.934 | 0.939 | 0.719 |
| PEOU | 0.939 | 0.940 | 0.961 | 0.891 |
| PU | 0.925 | 0.932 | 0.940 | 0.724 |
| PUP | 0.950 | 0.950 | 0.975 | 0.952 |

Lampiran 9 Uji Validitas Konvergen *Outer Loading*

Outer loadings - Matrix

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ATU_1 | 0.958 | | | | |
| ATU_2 | 0.961 | | | | |
| LK_1 | | 0.829 | | | |
| LK_2 | | 0.887 | | | |
| LK_3 | | 0.886 | | | |
| LK_4 | | 0.881 | | | |
| LK_5 | | 0.780 | | | |
| LK_6 | | 0.818 | | | |
| PEOU_1 | | | 0.953 | | |
| PEOU_2 | | | 0.943 | | |
| PEOU_5 | | | 0.937 | | |
| PUP_1 | | | | | 0.976 |
| PUP_2 | | | | | 0.975 |
| PU_1 | | | | 0.873 | |
| PU_2 | | | | 0.860 | |
| PU_3 | | | | 0.852 | |
| PU_4 | | | | 0.840 | |
| PU_5 | | | | 0.865 | |
| PU_6 | | | | 0.815 | |

Lampiran 10 Uji Validitas Diskriminan Cross Loading

Discriminant validity - Cross loadings

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ATU_1 | 0.958 | 0.276 | 0.607 | 0.706 | 0.669 |
| ATU_2 | 0.961 | 0.243 | 0.590 | 0.655 | 0.769 |
| LK_1 | 0.098 | 0.829 | 0.132 | 0.280 | 0.008 |
| LK_2 | 0.207 | 0.887 | 0.237 | 0.366 | 0.176 |
| LK_3 | 0.215 | 0.886 | 0.241 | 0.365 | 0.175 |
| LK_4 | 0.277 | 0.881 | 0.261 | 0.419 | 0.217 |
| LK_5 | 0.226 | 0.780 | 0.270 | 0.400 | 0.177 |
| LK_6 | 0.245 | 0.818 | 0.336 | 0.479 | 0.168 |
| PEOU_1 | 0.600 | 0.292 | 0.953 | 0.687 | 0.684 |
| PEOU_2 | 0.599 | 0.302 | 0.943 | 0.664 | 0.669 |
| PEOU_5 | 0.566 | 0.280 | 0.937 | 0.661 | 0.664 |
| PUP_1 | 0.745 | 0.207 | 0.698 | 0.623 | 0.976 |
| PUP_2 | 0.719 | 0.194 | 0.691 | 0.630 | 0.975 |
| PU_1 | 0.638 | 0.389 | 0.593 | 0.873 | 0.580 |
| PU_2 | 0.631 | 0.399 | 0.654 | 0.860 | 0.684 |
| PU_3 | 0.576 | 0.427 | 0.569 | 0.852 | 0.447 |
| PU_4 | 0.543 | 0.395 | 0.545 | 0.840 | 0.408 |
| PU_5 | 0.647 | 0.369 | 0.657 | 0.865 | 0.651 |
| PU_6 | 0.556 | 0.447 | 0.585 | 0.815 | 0.430 |

Lampiran 11 Uji Validitas Diskriminan HTMT

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|------|-------|-------|-------|-------|-----|
| ATU | | | | | |
| LK | 0.271 | | | | |
| PEOU | 0.673 | 0.311 | | | |
| PU | 0.765 | 0.493 | 0.756 | | |
| PUP | 0.804 | 0.192 | 0.754 | 0.668 | |

Lampiran 12 Fornell Larcker

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ATU | 0.960 | | | | |
| LK | 0.270 | 0.848 | | | |
| PEOU | 0.623 | 0.309 | 0.944 | | |
| PU | 0.708 | 0.472 | 0.710 | 0.851 | |
| PUP | 0.751 | 0.206 | 0.712 | 0.642 | 0.976 |

Lampiran 13 R Square

R-square - Overview

| | R-square | R-square adjusted |
|-----|----------|-------------------|
| ATU | 0.535 | 0.531 |
| PUP | 0.665 | 0.661 |

Lampiran 14 Q Square

| | Q ² predict |
|-------|------------------------|
| ATU_1 | 0.509 |
| ATU_2 | 0.450 |
| PUP_1 | 0.513 |
| PUP_2 | 0.516 |

Lampiran 15 F Square

f-square - Matrix

| | ATU | LK | PEOU | PU | PUP |
|------|-------|----|------|----|-------|
| ATU | | | | | 0.332 |
| LK | 0.009 | | | | 0.012 |
| PEOU | 0.061 | | | | 0.216 |
| PU | 0.301 | | | | 0.002 |
| PUP | | | | | |

Lampiran 16 Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)

Model fit

| | Saturated model | Estimated model |
|------------|-----------------|-----------------|
| SRMR | 0.068 | 0.068 |
| d_ULS | 0.869 | 0.869 |
| d_G | 0.669 | 0.669 |
| Chi-square | 1,522.235 | 1,522.235 |
| NFI | 0.797 | 0.797 |

Lampiran 17 Path Coefficient (Direct Effect)

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values Zoom (100%) Copy to Excel Copy to R

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| ATU → PUP | 0.489 | 0.489 | 0.057 | 8.622 | 0.000 |
| LK → ATU | -0.074 | -0.073 | 0.034 | 2.166 | 0.030 |
| LK → PUP | -0.071 | -0.069 | 0.034 | 2.116 | 0.034 |
| PEOU → ATU | 0.239 | 0.238 | 0.060 | 3.998 | 0.000 |
| PEOU → PUP | 0.394 | 0.391 | 0.076 | 5.198 | 0.000 |
| PU → ATU | 0.573 | 0.578 | 0.060 | 9.488 | 0.000 |
| PU → PUP | 0.050 | 0.051 | 0.075 | 0.664 | 0.507 |

Lampiran 18 Indirect Effect (Mediasi)

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values Zoom (100%) Copy to Excel Copy to R

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| LK → ATU → PUP | -0.036 | -0.036 | 0.017 | 2.103 | 0.036 |
| PEOU → ATU → PUP | 0.117 | 0.116 | 0.032 | 3.671 | 0.000 |
| PU → ATU → PUP | 0.280 | 0.282 | 0.044 | 6.442 | 0.000 |