

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi

Nur Habibah Nasution

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
19510154@student.uin-malang.ac.id

Misbahul Munir

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
munir@manajemen.uin-malang.ac.id

Abstract

The purpose of the research was to analyze the influence of financial literacy, perceived risk and perceived ease of use on the interest in using paylater services with religiosity as a moderating variable among college students in Malang City. This study used a quantitative approach with the study population being students of the Faculty of Economics and Business or the and Faculty of Economics at UIN Malang, Brawijaya University, and State University of Malang. The sampling technique used the Slovin formula and get 390 samples. Data collection technique by distributing questionnaires and then the collected data was processed using SPSS 25 software. The results of this research indicate that financial literacy and ease of use have a significant positive relationship with intention to use paylaters, while risk perception has no effect on intentions to use paylaters. The religiosity as moderator is able to weaken the relationship between perceived ease of use to intention to use paylater. Financial literacy and perceived of risk of interest in using paylater cant be moderate by religiosity variable.

Keywords: *Financial Literacy, Perceived Risk, Perceived Ease of Use, Intention to Use, Religiosity, Paylater*

A. PENDAHULUAN

Teknologi yang terus berkembang pesat memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat di era modern ini. Salah satu contoh perkembangan teknologi yang dapat kita rasakan manfaatnya adalah pesatnya pertumbuhan *Financial Technology (Fintech)*. Berbagai produk keuangan mulai dikembangkan dengan berbagai inovasi baru diberbagai sektor seperti; pembayaran, peminjaman, perencanaan keuangan, investasi, dan lain-lain. Berdasarkan riset Dailysocial yang bekerja sama dengan Kredivo dan Traveloka pada riset *Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital Financial Services* dengan 1500 responden diketahui produk *financial technology* yang paling banyak digunakan adalah dompet digital sebanyak 53,7% disusul layanan *paylater* dengan persentase sebesar 33,9% (DSresearch, 2021)).

Fintech telah begitu sukses dalam perkembangannya salah satu ide menarik yang dikembangkan *fintech* yaitu penerapan sistem bayar nanti atau *paylater* (Pratika et al., 2021). Pada riset yang dilakukan Katadata Insight Center dengan judul Perilaku Konsumen *E-Commerce*

Indonesia menunjukkan bahwa konsumen semakin meminati metode pembayaran *paylater*. Terbukti sebanyak 28% konsumen menggunakan *paylater* ketika berbelanja di *e-commerce* pada tahun lalu kemudian meningkat menjadi 38% pada satu tahun terakhir (KIC & Kredivo, 2022). *Fintech* telah begitu sukses dalam perkembangannya salah satu terobosan unik yang dikembangkan *fintech* yaitu penerapan sistem beli sekarang bayar nanti (*paylater*).

Teori yang dikemukakan Ajzen (1991) *Theory of Planned Behaviour (TPB)* mengungkapkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Minat individu dalam menggunakan teknologi mampu diukur dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan Davis (1989). Penelitian ini mengadopsi kombinasi teori TPB dan TAM untuk memahami faktor apa saja yang membuat individu berminat menggunakan *paylater*.

Literasi keuangan merupakan salah satu faktor dalam TPB. Penelitian terdahulu yang dilakukan Wijayanti et al., (2022), Aditya & Mahyuni (2022), Rahmania & Ningtyas (2022), dan Putri & Mulatsih (2022) menemukan kesimpulan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Berbeda dengan penelitian Giriani & Susanti (2021) dengan hasil penelitian literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat pakai.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat dalam teori TAM yaitu persepsi kemudahan penggunaan. Eviana dan Saputra (2022) dan Marisa (2020) pada penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Sementara itu, terdapat kontradiktif dengan penelitian yang dilakukan Asja et al (2021) menghasilkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melakukan layanan *paylater*.

Faktor yang mempengaruhi minat individu selanjutnya yaitu persepsi risiko. Dibalik kemudahan yang diberikan tersebut rupanya terdapat beberapa resiko bagi penggunanya (Rossa & Ashfath, 2022). Prajogo & Rusno (2022) dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa minat menggunakan *paylater* tidak dipengaruhi oleh persepsi risiko. Aisah dkk (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara persepsi risiko dengan minat menggunakan *paylater*.

Sikap dalam TPB dapat berasal dari keyakinan seseorang terhadap perilaku berdasarkan pertimbangan lebih lanjut lagi sikap dapat berupa persepsi etis dan religiusitas. Berdasarkan teori yang

dikembangkan Ajzen (1991) bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat berperilaku seseorang. Pengembangan lebih lanjut lagi peneliti menjadikan religiusitas menjadi variabel moderasi. Ismail (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan faktor agama dan budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap minat individu dalam menggunakan kartu kredit. Sementara itu, Fadhila dkk (2020) pada penelitiannya menghasilkan bahwa religiusitas secara parsial memiliki hubungan positif namun tidak signifikan terhadap penggunaan *Shopee Paylater*

Layanan fintech khususnya *paylater* telah menarik banyak perhatian masyarakat, namun tidak sedikit yang masih meragukannya karena dinilai memiliki risiko yang cukup besar. Apabila perusahaan tidak mampu mengatasi risiko tersebut dikhawatirkan perusahaan akan kehilangan pelanggannya. Selain itu pada uraian latar belakang dan fenomena sebelumnya masih terdapat *gapresearch* pada penelitian terdahulu maka peneliti merasa penting untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang melatarbelakangi minat penggunaan *paylater*. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan *paylater* dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada mahasiswa di kota Malang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Menurut Kumar dkk (2017) literasi keuangan adalah bagaimana individu tersebut bersikap dan mengambil keputusan dalam mengelola uang pribadinya Pada pengetahuan keuangan yang diketahui oleh individu itu sendiri mengenai keuangan. Menurut Busyro (2019) literasi keuangan merupakan keterampilan yang wajib dimiliki setiap individu sejak dini karena memudahkan pengelolaan dan efisiensi uang yang tepat. Menurut Haq & Munir (2022) literasi keuangan sangat penting karena masyarakat diharapkan tidak hanya menggunakan pada lembaga jasa keuangan tetapi juga memahami serta meningkatkan perilaku masyarakat dalam mengelola dan mengambil keputusan yang efektif dan efisien.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko merupakan ekspektasi mengenai kerugian yang dinilai secara subjektif oleh individual yang didapatkan dari ketidakpastian, dimana tingkat risiko akan semakin tinggi sejalan dengan tingkat kerugian (Purnamasari et al., 2021). Menurut Gotama (2017) persepsi risiko dapat memberi konsekuensi yang dapat merugikan dan berdampak negatif apabila hasilnya tidak sesuai yang diharapkan. Hal ini dikarenakan manusia memiliki sifat dasar enggan menghadapi risiko (Brahanta

& Wardhani, 2021). Persepsi risiko yang terlalu tinggi membuat konsumen ketakutan untuk bertransaksi dengan layanan paylater. Salah satu risikonya yaitu kemungkinan terlilit hutang dikarenakan prosesnya yang sangat mudah tanpa perlu tatap muka dan waktu lama konsumen sudah langsung dapat menggunakan layanan paylater. Persepsi risiko berperan penting dan tidak pernah lepas dari konsumen, setiap keputusan pasti ada risiko yang ditanggung. Persepsi risiko memiliki arti lain yaitu sebagai penilaian subjektif diberikan oleh individu yang mengkhawatirkan terjadinya kecelakaan dan dampak dari kecelakaan tersebut.

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan menurut Ilmiyah & Krishnawan (2020) adalah tolak ukur seseorang dalam mempercayai bahwa suatu teknologi tidak memerlukan usaha karena penggunaannya mudah sehingga dapat menarik minat penggunanya. Tingkat seseorang mempercayai bahwa menggunakan teknologi dapat memudahkan menyelesaikan suatu pekerjaan dan tidak memerlukan usaha keras pemakainya merupakan definisi dari persepsi kemudahan penggunaan (Fitriana et al., 2022). Kemudahan dapat mengurangi usaha seseorang baik berupa waktu yang diluangkan serta tenaga dikarenakan seseorang itu yakin terhadap sistem tersebut mudah dipahami. Pada penelitian Nury & Prajawati (2022) menghasilkan bahwa banyak nasabah yang memilih kredit online karena kemudahan serta prosesnya yang tidak berbelit-belit.

Minat Menggunakan

Menurut Jogiyanto (2007) dalam (Asja et al., 2021) intention atau minat merupakan suatu keinginan untuk melakukan perilaku tertentu. Minat merupakan dorongan dari dalam psikis manusia untuk mencapai tujuan dan hal tertentu. Minat juga menjadi landasan sekaligus pendorong seseorang dalam berusaha. Menurut Ajzen (1991) timbulnya minat dikarenakan ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang dianggap bermanfaat untuknya. Minat merupakan dorongan dari dalam psikis manusia untuk mencapai tujuan dan hal tertentu. Minat juga menjadi landasan sekaligus pendorong seseorang dalam berusaha.

Religiusitas

Menurut Jalaluddin (2010) dalam Fadhila et al (2020) menjabarkan religiusitas sebagai sesuatu yang berasal dari diri individu yang membuatnya terdorong ingin berperilaku dan bersikap sesuai dengan tingkat ketaatan individu tersebut terhadap agama. Religiusitas adalah melakukan ibadah secara istiqomah atau terus menerus tanpa paksaan secara konsisten yang dilandasi rasa ikhlas, tulus,

kepasrahan didi, dan mengharap rahmat dan ridho kepada sang pencipta. Religiusitas menjadi sumber segala landasan tindakan dari individu dengan tujuan mendapat berkah ilahi.

Paylater

Adanya perkembangan teknologi keuangan yang semakin pesat memunculkan jasa pinjaman online dengan konsep peminjaman untuk pembayaran pada situs belanja online atau biasa dikenal dengan *e-commerce*. *Paylater* atau biasa dikenal masyarakat dengan istilah beli sekarang bayar nanti merupakan salah satu inovasi produk *fintech* yang memudahkan masyarakat untuk mencicil transaksi di *marketplace* tanpa perlu karu kredit. *Paylater* merupakan layanan fintech berbasis peer to peer lending. *Paylater* adalah suatu bentuk sistem pembayaran berbasis teknologi modern. Pada pelaksanaan *paylater* pengguna pinjaman akan mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan biaya yang ditanggung oleh platform, kemudian tanggungan tersebut dapat dibayarkan sesuai penjanjian atau kesepakatan antara penerima pinjaman dan platform yaitu dikenal dengan sistem *paylater* (Katiya & Rikumahu, 2022). Minat menggunakan *paylater* dapat diartikan sebuah ketertarikan seseorang menggunakan layanan *paylater* karena manfaatnya.

C. METODE

Penelitian ini dilakukan merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini berlokasi di Kota Malang dengan populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan bisnis atau Fakultas Ekonomi tiga universitas negeri terbesar di Kota Malang, yaitu; UIN Malang, Universitas Brawijaya, dan Universitas Negeri Malang. Total populasi penelitian ini adalah 13.353 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Slovin* dengan tingkat toleransi error 5% dan didapatkan sampel sebanyak 390 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan data primer berupa penyebaran kuesioner kepada mahasiswa di tiga universitas negeri yang ada di kota malang yaitu UIN, UM, dan UB. Data sekunder yang peneliti gunakan berupa artikel mengenai penelitian terdahulu serta beberapa buku yang menjadi pedoman penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan *software* spss 25 untuk melihat pengaruh pada variabel yang diamati.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Responden

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	138	35%
Perempuan	259	65%
Total	397	100%

Sumber: Data diolah peneliti 2023

Tabel 1 diatas menjabarkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin. Responden berjenis kelamin perempuan merupakan responden dominan dalam penelitian ini yaitu sebesar 65%. Sementara itu, persentase responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 35%.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Instansi

Asal Instansi	Frekuensi	Presentasi
UIN Malang	209	52%
Universitas Brawijaya	87	22%
Universitas Negeri Malang	101	26%
Total	397	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Penjabaran responden berdasarkan asal instansi dipaparkan pada tabel 2. Responden dominan berasal dari UIN Malang kemudian Universitas Negeri Malang dan yang terakhir Universitas Brawijaya. Total responden dari UIN Malang adalah 209 mahasiswa atau 52% dari total keseluruhan. Responden yang berasal dari Universitas Brawijaya sebanyak 87 mahasiswa dengan presentase sebesar 22%. Responden yang berasal dari Universitas Negeri Malang adalah 101 mahasiswa ata 26% dari total responden keseluruhan.

Uji Validitas

Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017). Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang disajikan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai r hitung dan r tabel. Apabila nilai r hitung > r tabel maka data yang digunakan valid begitu juga sebaliknya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Literasi Keuangan (X1)	LK1	0,418	0,098	Valid
	LK 2	0,520		
	LK 3	0,551		
	LK 4	0,773		
	LK 5	0,771		
	LK 6	0,684		

	LK 7	0,677				
Persepsi Risiko (X2)	PS 1	0,706				
	PS 2	0,623				
	PS 3	0,620				
	PS 4	0,615				
	PS 5	0,689	0,098	Valid		
	PS 6	0,479				
	PS 7	0,692				
	PS 8	0,700				
	PS 9	0,682				
	PS 10	0,646				
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)	PKP 1	0,870				
	PKP 2	0,874				
	PKP 3	0,884				
	PKP 4	0,840			0,098	Valid
	PKP 5	0,926				
	PKP 6	0,917				
	PKP 7	0,851				
Minat Menggunakan (Y)	MM 1	0,921				
	MM 2	0,923				
	MM 3	0,939	0,098	Valid		
	MM 4	0,874				
	MM 5	0,862				
	MM 6	0,848				
Religiusitas (Z)	R 1	0,569				
	R 2	0,583				
	R 3	0,776				
	R 4	0,808				
	R 5	0,773	0,098	Valid		
	R 6	0,780				
	R 7	0,831				
	R 8	0,835				
	R 9	0,814				
	R 10	0,749				

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dipaparkan pada tabel 3 diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat pada variabel X1, X2, X3, Y, dan Z adalah valid. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai signifikansi $< 0,05$ selain itu nilai r hitung lebih besar dari r tabel yang berarti data tersebut dikategorikan reliabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengukur tingkat kereliebilan seseorang dalam menjawab kuesioner apakah konsisten dari satu waktu ke waktu. Reliabel berarti dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018). Adapun untuk sebuah skala yang masih dalam pengembangan, koefisien 0,60 dianggap cukup memadai.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Minimum	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,739		
Persepsi Risiko (X2)	0,841		
Kemudahan Penggunaan (X3)	0,951	0,70	Reliabel
Minat Menggunakan(Y)	0,950		
Religiusitas (Z)	0,915		

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4 menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel literasi keuangan (X1) adalah 0,739. Selanjutnya nilai *Cronbach Alpha* untuk persepsi risiko (X2) adalah sebesar 0,841 dan variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,951. Untuk variabel dependen yaitu minat menggunakan memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,950 dan untuk variabel moderasi yaitu religiusitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,915. Hal tersebut berarti seluruh variabel dalam penelitian adalah reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,70.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized		Standardized			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-5,653	2,819			-2,005	,046
Literasi Keuangan	,393	,088	,207		4,457	,000
Persepsi Risiko	-,053	,048	-,049		-1,114	,266
Kemudahan Penggunaan	,496	,052	,435		9,510	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Layanan

Hasil pengujian hipotesis menggunakan SPSS 25 pada tabel 5 diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* yang berarti hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil uji regresi linear berganda menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung $4,457 > 1,966$ t tabel. Hasil tersebut dapat dideskripsikan bahwa minat seseorang dalam menggunakan *paylater* akan semakin meningkat jika individu tersebut memiliki literasi keuangan yang tinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Wijayanti et al., (2022), Aditya & Mahyuni (2022), Rahmania & Ningtyas (2022), dan Putri & Mulatsih (2022) yang menemukan hasil bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Namun, hasil penelitian ini kontradiktif dengan penelitian Giriani & Susanti (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan. Penelitian ini juga sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) yang menyatakan minat seseorang dalam melakukan sesuatu dipengaruhi oleh literasi keuangan.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Paylater*

Hasil pengujian hipotesis menggunakan SPSS 25 pada tabel 5 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan *paylater* yang berarti hipotesis kedua (H2) ditolak. Kesimpulan tersebut berdasarkan hasil nilai signifikansi $0,266 > 0,05$ dan nilai t hitung $-1,115 < 1,966$ t tabel sehingga hasil pengujian ini membuktikan tidak terdapat hubungan antara persepsi risiko dengan minat menggunakan layanan *paylater*, dengan arah hubungan tidak searah (negatif). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan *Theory of Planned Behaviour* (1991) yang menyatakan bahwa konsep kontrol perilaku seperti persepsian dapat mempengaruhi minat. Hasil ini konsisten dengan penelitian Prajogo & Rusno (2022) dalam artikel nya menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap minat pinjaman. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Purnamasari et al (2021) dengan temuan bahwa persepsi risiko terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *paylater*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Aisah et al (2022) yang menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *paylater*.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan *Paylater*

Hasil pengujian yang telah dilakukan pada mahasiswa di Kota Malang menghasilkan output bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan hubungan persepsi kemudahan penggunaan terhadap

minat penggunaan layanan *paylater* yang berarti hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil output statistik menunjukkan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,510 > 1,966$ t tabel. Kesimpulannya, semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan dari suatu teknologi atau layanan maka akan semakin tinggi juga minat dalam menggunakan *paylater*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Eviana dan Saputra (2022) dan Marisa (2020) pada penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan sistem pembayaran *Paylater*. Temuan pada penelitian kontradiktif dengan penelitian yang dilakukan oleh Asja et al (2021) menghasilkan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat melakukan layanan *paylater*. Penelitian yang dilakukan Nury & Prajawati (2022) menemukan bahwa 74% responden penelitiannya memilih kemudahan sebagai alasan melakukan pinjaman online. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan *Technology Acceptance Model* Davis (1989) teori yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan. Pengguna akan secara positif menerima penggunaan suatu teknologi informasi apabila mereka merasa teknologi tersebut cenderung mendukung kinerjanya (Badri et al., 2022).

Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 6. Hasil Uji MRA

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6,702	2,95€		-2,267	,024
Literasi Keuangan	,063	,592	,033	,107	,915
Persepsi Risiko	-,350	,350	-,322	-1,000	,318
Persepsi Kemudahan Penggunaan	1,474	,45€	1,292	3,231	,001
X1_Z	,008	,013	,293	,605	,54€
X2_Z	,007	,008	,40€	,917	,360
X3_Z	-,022	,010	-,968	-2,228	,02€

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Pengaruh Religiusitas dalam Memoderasi Hubungan Antara Literasi Keuangan dengan Minat Menggunakan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian MRA pada tabel 6 diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis keempat (H4) yaitu religiusitas mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan minat menggunakan *paylater* ditolak. Hasil tersebut didasari perhitungan regresi dengan nilai signifikansi $0,546 > 0,05$ dengan pengaruh negatif. Hal tersebut dapat diartikan bahwa religiusitas tidak mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan antar literasi keuangan dengan minat menggunakan layanan *paylater*. Terdapat beberapa bentuk pengembangan dari *Theory of Planned Behaviour* yang di cetuskan oleh Ajzen (1991) yang menyatakan religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat individu. pada penelitian kali ini peneliti menambahkan religiusitas sebagai variabel moderasi. Temuan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian Fadhila dkk (2020) yang menghasilkan bahwa religiusitas secara parsial memiliki hubungan positif terhadap penggunaan Paylater namun tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan Paylater. Religiusitas adalah kombinasi aktivitas yang saling berkaitan antara aspek keagamaan, emosi individu, dan sikap yang diterapkan individu dalam melaksanakan kewajiban keagamaan (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018 dalam Agustin & Hakim, 2022). Tingkat religiusitas seseorang menjadi salah satu faktor penting dalam mengambil keputusan.

Pengaruh Religiusitas dalam Memoderasi Hubungan Antara Persepsi Risiko dengan Minat Menggunakan Paylater

Berdasarkan hasil pengujian MRA pada tabel 6 maka dapat diketahui hipotesis kelima (H5) yaitu religiusitas mampu memoderasi hubungan antara persepsi risiko dengan minat menggunakan layanan *paylater* ditolak. Hasil tersebut berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 25 dengan nilai signifikansi $0,360 > 0,05$. Hal tersebut dapat diartikan bahwa religiusitas tidak mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan antar persepsi risiko dengan minat menggunakan layanan *paylater*. Berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang dikembangkan Ajzen (1991) bahwa religiusitas berpengaruh terhadap minat berperilaku seseorang. Pengembangan lebih lanjut lagi peneliti menjadikan religiusitas menjadi variabel moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh antara persepsi risiko dan minat menggunakan *paylater*. Hasil dari penelitian ini kontradiktif dengan penelitian Ismail (2018) menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan kartu kredit dipengaruhi oleh faktor kebudayaan seperti religiusitas atau agama.

Pengaruh Religiusitas dalam Memoderasi Hubungan Antara Kemudahan Penggunaan dengan Minat Menggunakan Paylater

Menurut hasil olah data dari penelitian ini, maka dapat diimpulkan bahwa hipotesis keenam (H6) mengenai religiusitas mampu memoderasi hubungan antara kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan layanan *paylater* diterima. Hal tersebut mengacu pada perhitungan yang telah dilakukan yang menunjukkan hasil nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diartikan bahwa religiusitas mampu memperlemah hubungan antara kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan layanan *paylater*. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan religiusitas terbukti dapat memoderasi pengaruh antara persepsi kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan layanan *paylater*. Religiusitas merupakan pengembangan dari indikator yang terdapat dalam *Theory of Planned Behaviour (TPB)*. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan religiusitas terbukti dapat memoderasi pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*. Hasil dari penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh O. Z. R. Putri (2022) bahwa religiusitas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan *paylater*.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5124,893	3	1708,298	54,913	,000 ^t
	Residual	12225,964	393	31,109		
	Total	17350,856	396			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Literasi Keuangan

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 8 diatas melalui hasil pengujian simultan maka dapat diketahui nilai signifikansi yang diperoleh dari pengujian adalah $0,000 > 0,05$ dan nilai F hitung $54,913 > F$ tabel 2,62.7 Hasil tersebut menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (X1), Persepsi Risiko (X2), dan Kemudahan Penggunaan (X3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan *paylater*.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	,560 ^a	,313	,306	5,51340
---	-------------------	------	------	---------

Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS pada tabel 8 dapat diketahui nilai koefisien determinasi pada kolom *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,306 atau 30,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan religiusitas berkontribusi dalam mempengaruhi variabel minat menggunakan sebesar 30,6%. Sedangkan faktor lain yang belum dipaparkan pada penelitian ini berkontribusi mempengaruhi variabel dependen sebesar 69,4%.

E. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka minat menggunakan *paylater* semakin meningkat. Kemudahan penggunaan memiliki hubungan positif signifikan terhadap minat menggunakan *paylater* dimana bila tingkat kemudahan penggunaan tinggi maka minat menggunakan *paylater* semakin meningkat. Sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *paylater*. Kehadiran religiusitas sebagai moderasi mampu memperlemah hubungan antara kemudahan terhadap minat menggunakan *paylater* hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka akan memperlemah hubungan persepsi kemudahan penggunaan dengan minat menggunakan *paylater*. Sedangkan religiusitas tidak mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan *paylater*.

F. SARAN

Berdasarkan uraian pembahasan dan hasil yang telah dijabarkan diatas peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak, saran tersebut antara lain:

1. Kepada pemerintah, memberikan dorongan maupun dukungan seperti kebijakan yang dapat membantu pertumbuhan industri. Selain itu, diperlukan kebijakan untuk meningkatkan perlindungan konsumen atau pengguna financial technology khususnya *paylater* agar meminimalisir kerugian dan risiko lain
2. Kepada penyedia jasa layanan *paylater*, meningkatkan fitur dan inovasi yang lebih multiguna serta peningkatan perlindungan data konsumen untuk menghindari risiko-risiko yang tidak diharapkan

3. Kepada akademisi, diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya untuk menambahkan variabel lain diluar penelitian ini, memperluas kriteria atau karakteristik responden serta mengguda alat perhitungan yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Manfaat , Keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* /, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>
- Aisah, S., Asiyah, S., & Budi Primanto, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater. *E –Jurnal Riset Manajemen*, 52–60. www.fe.unisma.ac.id
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- 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. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- 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.
- Brahanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay Di Surabaya. *Jurnal Sains Manajemen*, 2, 97–108.
- Busyro, W. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau). *Jurnal Islamika*, 2(1), 34–37.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DSresearch. (2021). *The Convergence of (Digital) Financial Services Fintech Report 2021*.
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan ShopeePaylater. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 20–30.
- Fitriana, R., Safitri, S. T., & Wiguna, C. (2022). Faktor Penentu Penerimaan Teknologi Sistem Pembayaran Tagihan Bulanan Melalui E-Marketplace Menggunakan Metode Combined Theory Of Planned Behaviour - Technology accepted Model (C TPB-TAM). *Jurnal Ilmiah NERO*, 7(1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giriani, A. P., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan e-Money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 6(2), 27–37. <https://doi.org/10.29407/jae.v6i2.15921>
- Gotama, I. G. N. (2017). Aplikasi Theory of Planned Behaviour dan Persepsi Risiko terhadap Minat

- Berinvestasi Mahasiswa. *Journal of Property Research*, 3(2), 30604. <https://builtsurvey.utm.my/>
- Haq, A. D., & Munir, M. (2022). Effect of Financial Literacy and Locus of Control on Msme Performance in Maesan District, Bondowoso Regency. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 7(September 2021), 240–251. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpimhttp://dx.doi.org/10.30736%2Fjpim.v1i2.28>
- Ilmiah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i1.143>
- Ismail. (2018). Minat Masyarakat Kota Banda Aceh terhadap Kartu Kredit Bank. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 2(2), 55–109.
- Katadata Insight Center & Kredivo. (2022). *Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia* (pp. 1–120). <https://finaccel.co/wp-content/uploads/2022/05/Kredivo-eCommerce-Behavior-Report-2022.pdf>
- Katiya, R. A., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Minat Penggunaan Fitur Paylater Sebagai Media Pembayaran Online (Fintech) Menggunakan Diffusion Of Innovation Theory. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 324–336. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2601>
- Kumar, S., Watung, C., Eunike, J., & Liunata, L. (2017). The Influence of Literacy towards Financial Behavior and Its Implication on Financial Decision: A Survey of President University Student in Cikarang-Bekasi. *FIRM: Journal of Management Studies*, 2(1), 14–23.
- Nury, H. R., & Prajawati, M. I. (2022). Praktik Financial Technology dan Risiko Pinjaman Online pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(5).
- Prajogo, U., & Rusno. (2022). Persepsi Risiko Terhadap Minat Melakukan Pinjaman Online Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi. *Management and Business Review*, 6(1), 22–32.
- Pratika, Y., Salahudin, S., Riyanto, D. W. U., & Ambarwati, T. (2021). Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(3), 329–339. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343>
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/10130>
- Putri, O. Z. R. (2022). Pengaruh Religiusitas Mahasiswa di Yogyakarta Terhadap Penggunaan Traveloka Paylater dengan Moderasi Hutang dan Riba. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Putri, S. D., & Mulatsih, L. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee. *Skripsi Universitas Bung Hatta*, 1–3.
- Rahmania, N. R., & Ningtyas, M. N. (2022). Peran Perilaku Keuangan dalam Memoderasi Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit. *Jurnal Dimensi*, 11(3), 497–508.
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan , Risiko

dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek.
In *Prosiding SNAMPNJ*.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Wijayanti, M., Rohaeni, H., Mukarromah, A., & Yunita, T. (2022). The Influence Of Financial Literature, Benefits, Easy And Income On Interest In Using ShopeePaylater (Study On Milenial Generation, Bekasi Regency). *International Journal of Education, Information Technology and Others*, 5(2), 389–399. doi:10.5281/zenodo.6631297