

HALAMAN MOTTO

Born to Shine

~ Fajar Adi Prayoga ~



HALAMAN PERSEMBAHAN

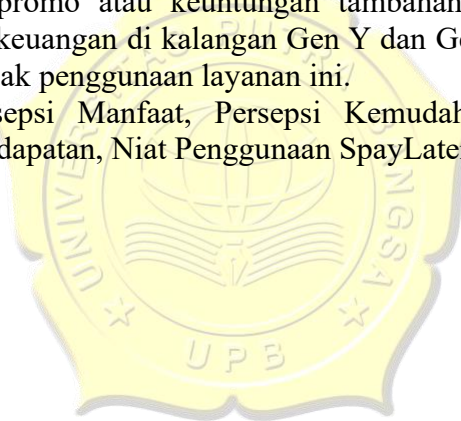
Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Kuantman dan Ibu Sutriani yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Heri Mahyuzar, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas ilmu, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.
3. Kakak-kakak seperjuangan Rossiana Galuh Prastiwi, Rahmah Wahyuni, dan Syifa Nurjanah yang selalu memberikan support dalam menyelesaikan skripsi.
4. Refi Marizka, Aditya Agil Putra Permana, dan Guntur Nurseto selaku sahabat penulis yang selalu memberikan support dalam menyelesaikan skripsi.
5. Fajar Adi Prayoga, Ya! Diri saya sendiri. Saya sangat keren dan berkharisma. Terimakasih karena telah mau menyelesaikan sesuatu yang biasa saja ini dengan cara yang keren. akan mudah menyelesaikannya dengan cara yang biasa, akan tetapi saat saya hendak melakukannya saya seketika langsung teringat bahwa saya terlahir untuk menjadi orang yang begitu keren.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan pendapatan terhadap niat penggunaan SpayLater pada Gen Y dan Gen Z di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Gen Y dan Gen Z yang berada di Kebumen, dengan jumlah sampel sebanyak 103 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji simultan, dan uji koefisien determinasi. Pengolahan data dilakukan menggunakan *SPSS for Windows versi 23.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Penggunaan SpayLater, (2) Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Niat Penggunaan SpayLater, (3) Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Niat Penggunaan SpayLater, (4) Pendapatan berpengaruh terhadap Niat Penggunaan SpayLater, (5) Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Pendapatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Niat Penggunaan SpayLater. Implikasi dari penelitian ini adalah Shopee diharapkan dapat meningkatkan persepsi manfaat layanan SpayLater dengan memberikan promo atau keuntungan tambahan bagi pengguna, serta meningkatkan literasi keuangan di kalangan Gen Y dan Gen Z agar mereka dapat lebih memahami dampak penggunaan layanan ini.

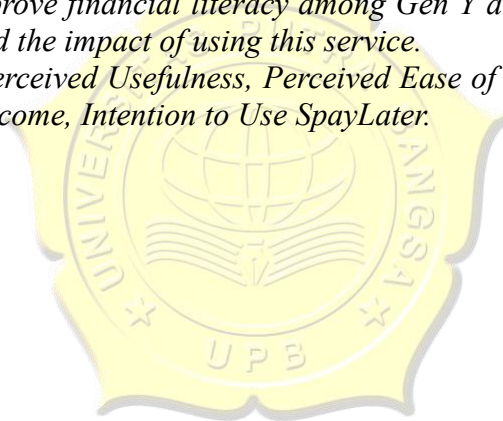
Kata kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Pendapatan, Niat Penggunaan SpayLater.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, and income on the intention to use SpayLater among Gen Y and Gen Z in Kebumen. The population in this study consists of Gen Y and Gen Z individuals residing in Kebumen, with a sample size of 103 respondents. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis includes validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, simultaneous testing, and the coefficient of determination test. Data processing was carried out using SPSS for Windows version 23.0. The results of the study indicate that: (1) Perceived Usefulness has a positive and significant effect on the Intention to Use SpayLater; (2) Perceived Ease of Use has no effect on the Intention to Use SpayLater; (3) Perceived Risk affects the Intention to Use SpayLater; (4) Income affects the Intention to Use SpayLater; and (5) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, and Income simultaneously have a significant effect on the Intention to Use SpayLater. The implication of this study is that Shopee is expected to enhance the perceived usefulness of the SpayLater service by offering promotions or additional benefits for users, and to improve financial literacy among Gen Y and Gen Z so that they can better understand the impact of using this service.

Keyword : *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Income, Intention to Use SpayLater.*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian dengan judul *"Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan SPaylater di Kebumen"* dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi.

Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Heri Mahyuzar S.E.,MM, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan tanpa henti.
3. Responden penelitian, yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.
4. Teman-teman dan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi, praktisi, serta pihak-pihak yang tertarik dengan topik yang dibahas. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat

memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Kebumen,

Penulis,

Fajar Adi Prayoga



DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Batasan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
2.1 Tinjauan Teori	16
2.1.1. Niat	16
2.1.2. Persepsi Manfaat	17
2.1.3. Persepsi Kemudahan	19
2.1.4. Persepsi Risiko	21
2.1.5. Pendapatan	22
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat	25

2.3.2.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat	27
2.3.3.	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat	28
2.3.4.	Pengaruh Pendapatan Terhadap Niat.....	30
2.3	Model Empiris.....	32
2.4	Hipotesis.....	32
BAB III		34
METODOLOGI PENELITIAN		34
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	34
3.1.1	Objek Penelitian	34
3.1.2	Subjek Penelitian.....	34
3.2	Variabel Penelitian	34
3.2.1	Variabel Independen.....	35
3.2.2	Variabel Dependen	35
3.3	Definisi Operasional Variabel	35
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	37
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1	Jenis Data	39
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Populasi dan Sampel	40
3.6.1	Populasi.....	40
3.6.2	Sampel.....	40
3.7	Teknik Analisis.....	42
3.7.1	Analisis Deskriptif	42
3.7.2	Analisis Statistik	42
3.8.	Alat Analisis Data	43
3.8.1.	Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas	43
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	45
3.8.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.8.4.	Uji Hipotesis	47
BAB IV		53
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		53

4.1	Analisis Deskriptif	53
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	53
4.1.2.	Distribusi Kuesioner	54
4.2	Analisis Statistik	58
4.3	Pembahasan.....	73
BAB V		78
SIMPULAN		78
5.1	Simpulan	78
5.2	Keterbatasan.....	79
5.3	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		16
LAMPIRAN		23



DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Data Kunjungan E-Commerce di Indonesia pada Bulan Februari 2024	2
Tabel I - 2 Data Penyedia Fitur <i>Paylater</i> dengan Pengguna Terbanyak	2
Tabel I - 3 Data Pengguna <i>Paylater</i> Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2023	4
Tabel I - 4 Data Produk Paling Sering Dibeli Menggunakan <i>Paylater</i> Tahun 2023	4
Tabel I - 5 Hasil Observasi Metode Pembayaran Pengguna Shopee pada Masyarakat Kabupaten Kebumen Tahun 2021	11
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel III - 1 Indikator Variabel	36
Tabel IV - 1 Data Distribusi Kuesioner	55
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Persepsi Manfaat	59
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan	59
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Persepsi Risiko	60
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Pendapatan	60
Tabel IV - 9 Hasil Uji Validitas Niat	60
Tabel IV - 10 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel IV - 11 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel IV - 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	66
Tabel IV - 13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	69
Tabel IV - 14 Hasil Uji Simultan	71
Tabel IV - 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris.....	32
Gambar IV - 1 Hasil Uji Normalitas	63
Gambar IV - 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 9 Tabel r

Lampiran 10 Tabel t

Lampiran 11 Tabel f

Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 13 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal

