

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kredit adalah sarana keuangan yang memberikan pinjaman untuk membeli produk dan akan dilunasi dengan bunga dalam jangka waktu tertentu, yang diberikan oleh bank umum konvensional, BPS, koperasi, penggadaian dan *fintech lending*. Menurut Undang-Undang Perbankan (UU no.7 tahun 1998), kredit adalah tindakan pemberian pinjaman uang yang berdasarkan suatu perjanjian atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain, yang mengharuskan peminjam untuk melunasi utangnya pada waktu yang telah disepakati dengan bunga (Ardianto, 2020, hlm. 2).

Istilah media baru atau sering di sebut era digital merupakan kemunculannya digital berupa teknologi informasi komputer yang terhubung dengan jaringan internet. Teknologi digital sering digambarkan sebagai media baru, dengan karakteristik seperti jaringan atau internet, dan dapat dimanipulasi (Sari & Novrianto, 2020, hlm. 16). Di era digitalisasi berdampak pada perkembangan sistem pembayaran elektronik yaitu, transaksi kartu kredit online, dompet elektronik (*e-wallet*) dan uang tunai elektronik (maulid & Sudiboyo, 2020, hlm. 306). Dalam transaksi *e-commerce* C2C, evaluasi kredit merupakan jaminan penting untuk mengatur perilaku transaksi pembeli dan penjual. Menurut Yao, evaluasi kredit online ditunjukkan kepada pembeli dengan mengumpulkan akumulasi catatan evaluasi kredit dari penjual, pembeli kemudian dapat membuat

keputusan pembelian dengan mengacu pada evaluasi kredit penjual dan catatan evaluasi di bawah detail produk (Kao et al, 2021, hlm. 17).

Menurut Nawawi pinjam meminjam sama halnya dengan utang piutang dalam Islam sering dikenal dengan istilah *al qard* (utang) secara bahasa diartikan potongan dan harta yang diambil oleh debitur dinamakan dengan *qard* karena kreditor memotong dari hartanya. Menurut Muhammad Syafi'i Antonio, *Al-qard* ialah memberikan pinjaman kepada orang lain yang nantinya dapat diminta kembali tanpa mengharapkan imbalan. (Saputra, 2020, hlm. 13).

Akad *qard* adalah transaksi dimana dana dipinjamkan tanpa melakukan pembayaran sekarang dan dikembalikan oleh peminjam baik sekaligus maupun secara angsuran atau mencicil dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Hukum *qard* pada dasarnya adalah perbuatan baik yang telah disyariatkan dalam Islam dan hukumnya mubah atau boleh. seperti pemberian pinjaman paylater yang ditawarkan dalam aplikasi penyedia fitur fintech tersebut, ini merupakan bagian dari akad *qardh* (Ramadanti, 2022, hlm. 9). Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah/2:245:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفُهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً ۗ وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

Artinya: “Siapakah yang mau memberi pinjaman yang baik kepada Allah. Dia akan melipat gandakan (pembayaran atas pin jaman itu) baginya berkali-kali lipat. Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki). Kepada-Nyalah kamu dikembali kan.” (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 53)

Menurut Jannah, Wahbah Zuhaily (dalam kitabnya *al-Tafsir al-Munir fi al-Qidah wa as-Syari'ah wa al-Manhaj*) berpendapat bahwasanya orang yang melakukan kredit dalam bertransaksi jual beli barang, hendaknya si penjual

menyerahkan bukti tertulis sebagai jaminan kepada konsumen sesuai perjanjian dengan batasan waktu yang telah ditetapkan. Sebagaimana terdapat dalam Q.S. al-Baqarah/2: 282, Allah swt. Berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia mengurangi sedikit pun daripadanya...” (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 63)

Seiring waktu semakin banyak platform *e-commerce* yang menyediakan layanan cicilan tanpa kartu kredit atau disebut dengan *paylater*. Layanan tersebut memungkinkan konsumen membeli produk dengan mencicil dalam jangka waktu yang eksklusif. Seperti namanya, fitur *paylater* memberikan layanan dan jasa kepada pengguna untuk berbelanja dengan bayar nanti sesuai waktu yang ditetapkan. Kerja sama antara perusahaan pembiayaan berbasis *peer to peer* dengan perusahaan belanja online menyebabkan munculnya fitur *paylater* yang bertujuan memberikan layanan pinjam meminjam berbasis online, sehingga pemberi pinjaman dan peminjam dapat melakukan proses transaksi pinjam meminjam secara online pada perusahaan tersebut.

Diciptakannya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi yang mana bertujuan untuk mengatur *peer to peer lending* (Aulianisa & Novendra, 2020, hlm.

188). Sama seperti *e-commerce*, *peer to peer lending* merupakan suatu tempat untuk melakukan transaksi pinjam meminjam secara online, sehingga pemberi pinjaman dan peminjam tidak perlu bertemu secara langsung (Putri et al, 2021, hlm. 103).

Dengan meningkatnya penggunaan *e-commerce* untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan mereka, dalam artikel berita yang dirilis DSResearch Report tanggal 9 April 2021 bahwa menurut data *Fintech Report 2020*, *paylater* (45,2%) menjadi layanan terpopuler kedua selama pandemi covid-19 dengan tingkat kesadaran konsumen 72,5%, mengalahkan *fintech* investasi dengan tingkat pengguna 28,4% dan dompet digital tetap menjadi yang terunggul yaitu 70,7% (Azizah, 2021, April 9). Berikut pada gambar 1 memperlihatkan *persentase* kesadaran masyarakat terhadap *fintech* yang ada di Indonesia pada tahun 2020.

**Gambar 1.1 Persentase Produk Fintech 2020**



Sumber : DSResearch Report, published in 2020

Alasan penggunaan layanan fitur paylater dikarenakan para konsumen merasa terbantu dengan mendapatkannya pinjaman untuk berbelanja berbagai macam barang yang menjadi kebutuhan primer maupun sekunder. Keuntungan menggunakan layanan fitur paylater bagi pengguna ialah, paylater merupakan alternatif layanan cicilan tanpa kartu kredit yang disediakan pada platform *e-commerce* dan *marketplace* sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat yang tidak memiliki kartu kredit untuk melakukan transaksi berbelanja secara online. Selain itu paylater menjadi sarana penuhi kebutuhan mendesak yang mudah bagi pengguna, yang mana paylater dapat digunakan untuk hal mendesak dengan nominal kecil seperti membeli pulsa, paket data, token listrik, tagihan internet, dan kebutuhan harian lainnya. Sedangkan keuntungan layanan fitur paylater bagi *merchat online* atau pemilik toko yaitu dapat meningkatkan jumlah transaksi yang diterimanya karena layanan pembayaran dengan menggunakan paylater dapat memudahkan penggunanya untuk berbelanja dengan lebih mudah dan praktis lewat cicilan tanpa kartu kredit.

Dari sekian banyaknya manfaat yang berikan layanan fitur paylater banyak pengguna merasa tidak puas dengan layanan tersebut hal ini dikarenakan bunga dan biaya administrasi tambahan yang dikenakan dalam fitur paylater menjadi salah satu fitur dengan tingkat ketidakpuasan paling besar. Suku bunga yang ditetapkan PayLater biasanya sekitar 2,9% - 4% per bulan dengan tenor mulai dari 1, 3, 6, 10, hingga 12 bulan, sedangkan kartu kredit dengan besaran bunga sekitar 2,75% - 3% per bulan dengan tenor mulai dari 22, 24, 36, hingga empat tahun.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan dan permasalahan yang ada maka penulis tertarik untuk menganalisis minat dan kepuasan terhadap penggunaan kredit paylater pada *e-commerce*, yang dituangkan kedalam sebuah karya ilmiah yang berbentuk proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Ulang Fitur Paylater dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam di Banjarmasin)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti merumuskan masalah berikut:

1. Apakah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan fitur Paylater secara parsial?
2. Apakah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan fitur Paylater secara simultan?
3. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang fitur Paylater secara parsial?
4. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang fitur Paylater secara simultan?
5. Bagaimana pengaruh tidak langsung persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater melalui kepuasan pengguna sebagai variabel intervening?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan fitur Paylater secara parsial
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan fitur Paylater secara simultan
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan ulang fitur Paylater secara parsial
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan ulang fitur Paylater secara parsial
5. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater melalui kepuasan pengguna sebagai variabel intervening.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Manfaat yang diharapkan peneliti dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat serta yang membentuk rasa kepuasan seseorang terhadap suatu produk.

2. Secara praktis, dapat membantu pihak platform *e-commerce* sebagai informasi dan masukan, sehingga dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan serta minat para pengguna fitur paylater.

#### **E. Definisi Operasional**

Definisi operasional variabel-variabel yang digunakan peneliti pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Persepsi Manfaat

Manfaat pada penelitian ini adalah pendapat para pengguna fitur paylater yang merasakan efek kegunaan dari layanan kredit online yang disediakan platform *e-commerce*.

2. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan pada penelitian ini merupakan layanan fitur paylater yang sangat mudah untuk dipahami dan digunakan oleh semua kalangan masyarakat, yang menimbulkan minat masyarakat untuk menggunakan fitur paylater.

3. Kepuasan

Ini merupakan rasa puas para pengguna terhadap layanan yang disediakan *e-commerce* fitur paylater baik dari segi manfaatnya maupun kemudahan dalam menggunakannya.

4. Minat

Minat ini merupakan perasaan dimana pengguna akan merasa tertarik pada fasilitas pembayaran yang disediakan oleh pihak *e-commerce* yaitu layanan payLater dan pengguna berpendapat bahwa layanan PayLater akan



memberikan manfaat untuk pengguna. Minat yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah minat penggunaan ulang yaitu keinginan pengguna yang kedua kalinya sehingga tertarik untuk menggunakan fitur Paylater ini lagi.

#### 5. Paylater

Paylater adalah bentuk utang yang berbasis online, pada penelitian ini paylater menjadi subjek dan fitur paylater yang akan diteliti pada penelitian ini diambil dari berbagai aplikasi marketplace seperti Shopee, Gojek, Kredivo, dan Traveloka.

#### 6. *Intervening*

Atau biasa disebut dengan mediasi yang dapat mempengaruhi hubungan variabel independent (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan) terhadap variabel dependen (minat penggunaan ulang). Pada penelitian ini kepuasan pengguna menjadi variabel *intervening*.

#### 7. Mahasiswa

Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa, hal ini dikarenakan banyaknya mahasiswa yang turut menjadikan gaya hidup menjadi kebutuhan, sehingga mereka mampu melakukan penggunaan paylater demi kebutuhan gaya hidup mereka. Mahasiswa yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah mahasiswa yang berkuliah di universitas islam daerah Banjarmasin seperti UIN Antasari dan UNISKA.

### **F. Kajian Pustaka**

Berikut adalah penelitian terdahulu yang dirasa peneliti sangat relevan dengan penelitian ini:

1. Kezia M Octavia (2021), judul: Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Minat Penggunaan Ulang Paylater. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa kepercayaan dan keamanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan tidak mempengaruhi secara langsung terhadap minat penggunaan ulang paylater. Dalam penelitian ini ada kemiripan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, sama-sama meneliti tentang minat penggunaan ulang fitur paylater dan dalam penelitian ini sama-sama menggunakan variabel intervening yaitu kepuasan pengguna. perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah terletak pada variabel independen yaitu penelitian terdahulu menggunakan kepercayaan dan keamanan, sedangkan penelitian ini menggunakan persepsi manfaat dan kemudahan.
2. Surya Kusuma Dewi (2020), judul: Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Fitur Pay Later Pada Aplikasi Traveloka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, dan persepsi keamanan teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan fitur Pay Later pada aplikasi Traveloka, sedangkan ekspektasi usaha dan fasilitas pendukung dari hasil pengujian menyatakan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan fitur paylater pada platform *e-commerce* Traveloka. Pada penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu sama-sama meneliti

minat penggunaan paylater. Dan yang membedakan dari peneliti terdahulu adalah minat penggunaan paylater, sedangkan penelitian kali ini akan meneliti minat penggunaan ulang paylater. Selain itu dari segi variabel independen penelitian terdahulu menggunakan variabel ekspektasi usaha, ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi pendukung, motivasi hedonis, nilai harga, dan persepsi keamanan teknologi, serta pada penelitian terdahulu hanya meneliti di satu aplikasi yaitu traveloka sedangkan pada penelitian kali ini akan mencakup semua aplikasi yang menyediakan fitur paylater.

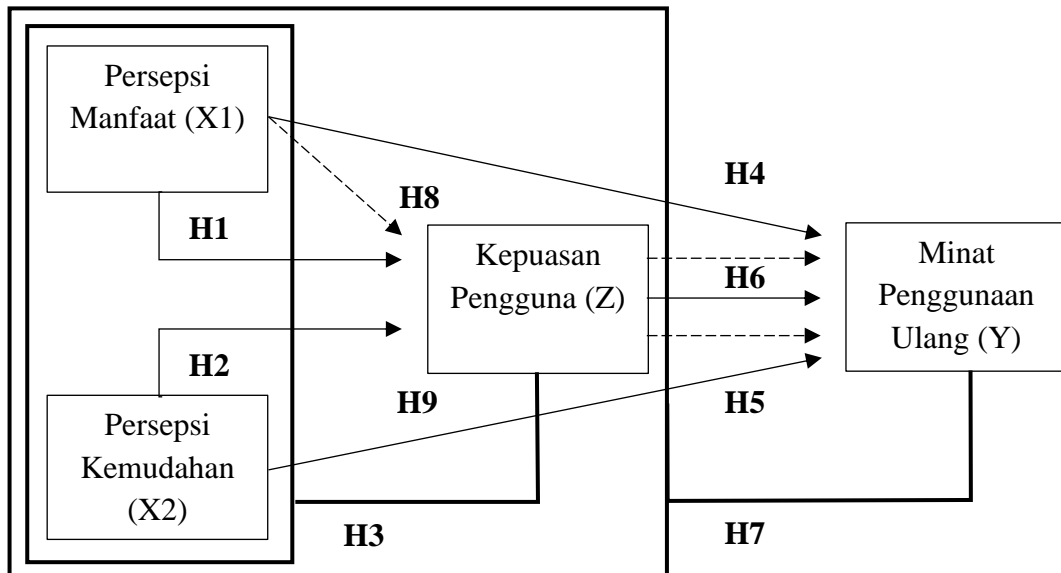
3. Selvy Diana Putri (2022), judul: Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta Padang). Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, kemudahan dan resiko masing-masing secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment paylater pada Shopee. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama menggunakan kemudahan sebagai variabel independen dan minat pengguna sebagai variabel dependen. Bedanya adalah terletak pada aplikasi yang diteliti penelitian terdahulu hanya meneliti satu aplikasi yaitu shopee sedangkan penelitian kali ini meneliti semua aplikasi yang menyediakan fitur paylater, selain itu penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen, berbeda dengan penelitian peneliti yaitu menggunakan dua

variabel independen dan satu variabel dependen serta menggunakan variabel intervening.

4. Jurnal Hasanah Jaya Asja, Santi Susanti, Achmad Fauzi (2021), judul: Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (*The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater: A Case Study of People in DKI Jakarta*). Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan paylater, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan paylater, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa paylater. Dalam penelitian ini ada kemiripan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu, sama-sama meneliti minat penggunaan fitur paylater dengan menggunakan variabel independen persepsi manfaat dan kemudahan dalam menggunakan paylater. Bedanya dengan penelitian yang dilakukan peneliti ialah, terletak pada variabel dependen yaitu minat penggunaan ulang paylater serta menambahkan kepuasan penggunaan paylater sebagai variabel intervening.

## G. Kerangka Teori

Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

- : menunjukkan pengaruh langsung secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen
- : menunjukkan pengaruh langsung secara simultan antara semua variabel independen dan variabel dependen
- - - → : menunjukkan pengaruh tidak langsung antara variabel independen dan variabel dependen melalui variabel intervening

## H. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh langsung secara parsial antara persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna paylater

Dari hasil penelitian Hardhika dan Huda (2021) tentang pengalaman pengguna paylater pada mahasiswa Surabaya, motif mereka menggunakan fitur paylater adalah memanfaatkan teknologi sistem pembayaran yang baru yaitu fitur paylater sebagai pengganti kartu kredit. Fitur paylater sangat

menguntungkan bagi mereka karena semua transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga mereka merasa puas terhadap fitur paylater.

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna fitur paylater.

2. Pengaruh langsung secara parsial antara persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna paylater

Menurut hasil penelitian Hardhika dan Huda (2021) Pengalaman yang dapat memberikan kepuasan seorang konsumen ialah, merasa terbantu permasalahan finansialnya yaitu dengan hadirnya fitur paylater memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembayaran secara kredit.

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna fitur paylater.

3. Pengaruh langsung secara simultan antara persepsi manfaat dan kemudahan terhadap kepuasan pengguna paylater

Dari hasil penelitian Hardhika dan Huda (2021) tentang pengalaman pengguna paylater pada mahasiswa Surabaya, motif mereka menggunakan fitur paylater adalah memanfaatkan teknologi sistem pembayaran yang baru yaitu fitur paylater sebagai pengganti kartu kredit. Fitur paylater sangat menguntungkan bagi mereka karena semua transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga mereka merasa puas terhadap fitur paylater. Menurut hasil penelitian Hardhika dan Huda (2021). Pengalaman yang dapat memberikan kepuasan seorang konsumen ialah, merasa terbantu permasalahan finansialnya yaitu dengan hadirnya fitur paylater memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembayaran secara kredit.

H3: Persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna fitur paylater.

4. Pengaruh langsung secara parsial antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan ulang paylater

Asja et, al. (2021) menyatakan bahwa hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan paylater.

H4: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater.

5. Pengaruh langsung secara parsial antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang paylater

Hasil Penelitian Eviana dan Saputra (2022) menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran Paylater. Utami dan Effendi (2020), hasil penelitiannya menunjukkan variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna.

H5: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater.

6. Pengaruh langsung secara parsial antara kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan ulang paylater

Dari hasil penelitian Octavia (2021) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna mempengaruhi minat penggunaan ulang fitur paylater.

H6: Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater.

7. Pengaruh langsung secara simultan antara persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan ulang paylater

Asja et, al. (2021), menyatakan bahwa hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan paylater. Utami dan Effendi (2020) hasil penelitiannya menunjukkan variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna. Dari hasil penelitian Octavia (2021) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna mempengaruhi minat penggunaan ulang fitur paylater.

H7: Persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater.

8. Pengaruh tidak langsung antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan ulang paylater melalui kepuasan pengguna

Dari hasil penelitian Hardhika dan Huda (2021), tentang pengalaman pengguna paylater pada mahasiswa Surabaya, motif mereka menggunakan fitur paylater adalah memanfaatkan teknologi sistem pembayaran yang baru yaitu fitur paylater sebagai pengganti kartu kredit. Fitur paylater sangat menguntungkan bagi mereka karena semua transaksi menjadi lebih cepat dan mudah, sehingga mereka merasa puas terhadap fitur paylater. Asja et, al. (2021) menyatakan bahwa hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan paylater.

H8: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater melalui kepuasan pengguna.

9. Pengaruh tidak langsung antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang paylater melalui kepuasan pengguna



Menurut hasil penelitian Hardhika dan Huda (2021), pengalaman yang dapat memberikan kepuasan seorang konsumen ialah, merasa terbantu permasalahan finansialnya yaitu dengan hadirnya fitur paylater memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan pembayaran secara kredit. Hasil Penelitian Eviana dan Saputra (2022) menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran Paylater.

H9: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater melalui kepuasan pengguna.

## **I. Sistematika Penulisan**

Penelitian harus memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika isi bab demi bab sedemikian rupa sehingga dapat dipahami.

Bab I merupakan pendahuluan dari penelitian. Bagian ini terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab II berisikan tentang landasan teori. Pada bab ini disajikan beberapa teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian, yakni landasan teori dari minat, persepsi manfaat, persepsi kemudahan serta kepuasan. Pada bab ini juga digambarkan kerangka pemikiran penelitian disertai hipotesisnya.

Bab III adalah metode penelitian. Pada bab ini menguraikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan

sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, uji instrumen data, serta teknik analisis data.

Bab IV merupakan penyajian data dan analisis. Pada bab ini disajikan hasil penelitian yang berisikan deskriptif data, penyajian data dan analisis data terhadap permasalahan yang disesuaikan dengan metode penelitian pada Bab III.

Bab V adalah bagian terakhir atau penutup dari penelitian. Dalam bab ini mengungkapkan kesimpulan jawaban dari rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam Bab I, serta dikemukakan beberapa saran atas dasar penelitian.