

BAB IV

HASIL ANALISIS DATA

Bagian bab ini adalah analisis dari hasil penelitian mengenai “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Ulang Fitur Shopee Paylater dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam di Banjarmasin)”. Pembahasan hasil penelitian ini dimulai dari uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), analisis deskriptif (deskripsi variabel penelitian), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas), lalu kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi dengan uji hipotesis yaitu uji t, uji F dan koefisien determinasi dan yang terakhir adalah mengenai analisis jalur (*path analysis*).

Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa universitas islam di Banjarmasin sebagai pengguna paylater. Dari hasil penyebaran kuesioner ini diperoleh sebanyak 96 responden, sesuai dengan jumlah sampel penelitian yang sudah ditetapkan.

Dan rekapitulasi data yang terlampir pada bab ini menunjukkan secara spesifik tentang bagaimana kuesioner untuk penelitian ini diperoleh. Pada penelitian menggunakan bantuan program statistik Eviews 10 untuk tabulasi dan analisis data yang diperoleh.

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Paylater

Paylater adalah metode pembayaran yang disediakan oleh *e-commerce* untuk beberapa pengguna aktif yang telah memenuhi persyaratan sebagai bentuk layanan kemudahan transaksi berupa pinjaman instan dengan suku bunga minimal dan tanpa kartu kredit. Bentuk kemajuan teknologi yang sangat nyata, pinjaman atau kredit bisa dilakukan secara online dan melalui proses yang singkat. Kumiasari dan Fisabilillah menyatakan bahwa, paylater merupakan salah satu fintech yang berkembang pesat di Indonesia sehingga banyak diperbincangan oleh masyarakat (Rofiah dan Nurfaizza, 2023, hlm. 2).

Fungsi paylater sama seperti kartu kredit, yaitu guna mempermudah konsumen untuk memenuhi kebutuhannya seperti berbelanja untuk kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder lainnya. Dengan adanya fitur paylater sistem transaksi berbasis cicilan menjadi lebih praktis, selain itu persyaratan pendaftaran dan pengaktifannya tergolong mudah. Sehingga metode pembayaran menggunakan fitur paylater lebih unggul dibandingkan bank (Pandrianto et al., 2023, hlm. 263).

Rofiah dan Nurfaizza (2023, hlm. 3) berpendapat bahwa fitur paylater dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, khususnya generasi milenial. Sedangkan menurut Pandrianto et al. (2023, hlm. 264), remaja mahasiswa menjadi sasaran utama bagi perusahaan penyedia fitur paylater hal ini dikarenakan beberapa pertimbangan berikut. Pertama, berdasarkan laporan e-marketer pada tahun 2018 pengguna aktif internet mengalami peningkatan

yang sangat signifikan dan remaja sebagai pengguna ponsel pintar tertinggi. Ponsel pintar merupakan sarana penting sebagai penghubung antar konsumen dengan dunia luar menjadi lebih cepat dan tanpa batas waktu.

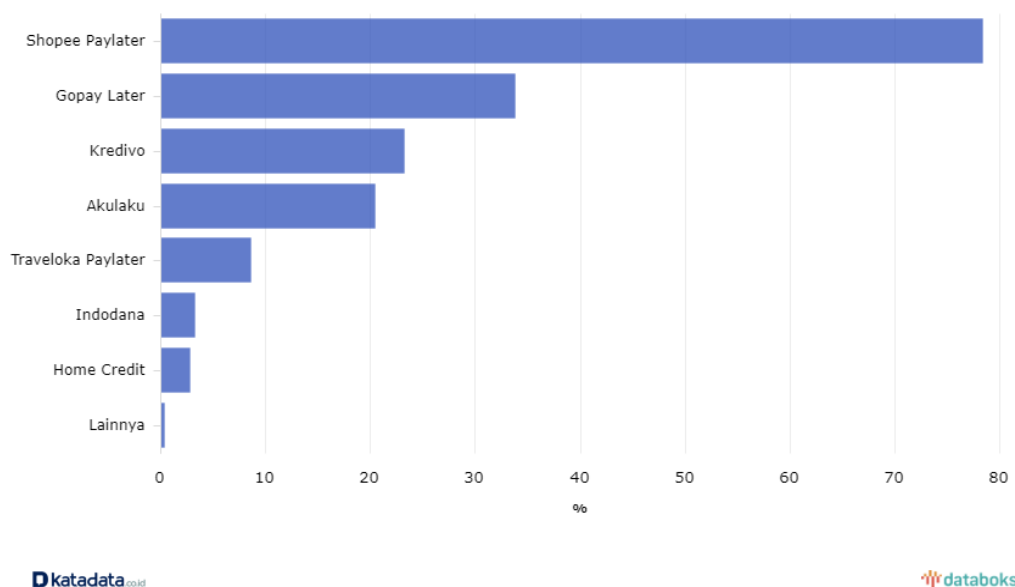
Kedua, dari hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyatakan bahwa populasi pengguna media sosial generasi milineal mencapai 49,52% jiwa dari jumlah penduduk Indonesia. Media sosial merupakan peluang tertinggi untuk mendapatkan informasi produk, sehingga para pembisnis tergerak untuk menyasar media sosial dan melakukan kerja sama antara payment dan media online. Dan ketiga, Hardhika & Huda (2021: 13) berpendapat bahwa generasi milineal menjadi sasaran empuk bagi perusahaan payment paylater yang bekerja sama dengan retail. Hal ini karena generasi milineal cenderung relatif sensitif terhadap penawaran harga dan promo, sehingga perusahaan selalu membarikan penawaran yang menarik. Beberapa aplikasi yang menyediakan fitur paylater pada metode pembayaran:

- a. Shopee, bunga 0 – 2,95% per-bulan dengan tenor 1-12 bulan dan limit mulai dari 750 ribu hingga 50 juta.
- b. Gojek, bunga 0% tenor 1 bulan dengan limit 500 ribu.
- c. Kredivo, bunga 0 – 2,6% per-bulan dengan tenor 3-12 bulan, limit 3 juta hingga 30 juta.
- d. Traveloka, bunga 2,25 – 4,80% dengan tenor 1-12 bulan, limit dari 1 juta hingga 50 juta.

Dikutip dari artikel berita tanggal 22 Januari 2021, Bank Indonesia (BI) memprediksikan bahwa transaksi *e-commerce* pembayaran dengan mencicil

atau paylater di Indonesia terus meningkat yaitu naik 33,2% dari 205,5 triliun pada tahun 2019 dan di tahun 2020 sebesar Rp 253 triliun lalu pada tahun 2021 meningkat lagi menjadi Rp 337 triliun (Burhan, 2021, Januari 22). Beberapa *e-commerce* yang menawarkan metode pembayaran menggunakan paylater (bayar nanti) antara lain Shopee, GoJek, Kredivo, Akulaku, Traveloka, Indodana, Home Credit dan lainnya. Berikut adalah *persentase* penggunaan fitur paylater pada *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2021.

Gambar 4.1 Persentase Aplikasi Paylater 2021



Sumber : Teknologi dan Telekomunikasi, published in 2021

Keinginan konsumen akan fitur "bayar nanti" atau "paylater" semakin meningkat sejak pandemi Covid-19. Menurut hasil survei DailySocial dari 1500 responden di tahun 2021 Shopee Paylater paling banyak digunakan konsumen dengan *persentase* mencapai 78,4%. Fitur pay later terpopuler berikutnya adalah Gopay Later, 33,8% responden mengindikasikan bahwa

mereka telah menggunakan fitur paylater dari layanan Gojek. Disusul dengan Kredivo sebanyak 23,2% pengguna. Selain itu, pengguna fitur paylater pada layanan Akulaku sebanyak 20,4% responden dan Traveloka Paylater 8,6% pengguna. Kemudian, Indodana dan Home Credit masing-masing 3,3% dan 2,8% pengguna. Sisanya penggunaan fitur paylater pada layanan lainnya 0,4% (Annur, 2022, Januari 12).

2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dalam penelitian ini dihitung dari setiap item dari variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, kepuasan Pengguna, dan Minat Penggunaan Ulang. Data yang diambil dari 96 responden selanjutnya diolah menggunakan bantuan program statistik Eviews 10. Distribusi pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Jumlah Pernyataan Berdasarkan Variabel

No.	Variabel	Jumlah Item Pertanyaan
1	Persepsi Manfaat (X1)	5
2	Persepsi Kemudahan (X2)	5
3	Kepuasan Pengguna (Z)	4
4	Minat Penggunaan Ulang (Y)	4
Total		18

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Perhitungan validitas setiap variabel didasarkan pada perbandingan antara r hitung dengan r tabel ($n-2=96-2=94$) sebesar 0,2006. Suatu data akan dianggap valid apabila r hitung $>$ r tabel dan apabila tingkat signifikansi $\alpha >$ 0,05.

Tabel 4.2 Validitas Pernyataan Variabel Persepsi Manfaat (X1)

X1	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,699	0,2006	Valid
X1.2	0,838	0,2006	Valid
X1.3	0,784	0,2006	Valid
X1.4	0,764	0,2006	Valid
X1.5	0,640	0,2006	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi dari variabel Persepsi Manfaat menunjukkan hasil yang lebih kecil dibandingkan 0,05 dan nilai r hitung di atas r tabel (0,2006). Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel Persepsi Manfaat dinyatakan valid.

Tabel 4.3 Validitas Pernyataan Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

X2	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,826	0,2006	Valid
X2.2	0,838	0,2006	Valid
X2.3	0,755	0,2006	Valid
X2.4	0,801	0,2006	Valid
X2.5	0,822	0,2006	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi dari variabel Persepsi Kemudahan menunjukkan hasil yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung di atas r tabel (0,2006). Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel Persepsi Kemudahan dinyatakan valid.

Tabel 4.4 Validitas Pernyataan Variabel Kepuasan Pengguna (Z)

Z	r hitung	r tabel	Keterangan
Z1	0,701	0,2006	Valid
Z2	0,763	0,2006	Valid
Z3	0,777	0,2006	Valid
Z4	0,831	0,2006	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi dari variabel Kepuasan Pengguna menunjukkan hasil yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai r hitung di atas r tabel (0,2006). Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel Kepuasan Pengguna dinyatakan valid.

Tabel 4.5 Validitas Pernyataan Variabel Minat Penggunaan Ulang (Y)

Y	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,672	0,2006	Valid
Y2	0,793	0,2006	Valid
Y3	0,799	0,2006	Valid
Y4	0,806	0,2006	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2023

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa semua nilai signifikansi dari variabel Minat Penggunaan Ulang menunjukkan hasil yang lebih kecil dibandingkan 0,05 dan nilai r hitung di atas r tabel (0,2006). Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item variabel Minat Penggunaan Ulang dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menguji apakah alat ukur memiliki konsistensi atau tidak. Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila nilai *Cronbach's alpha* di atas 0,60.

Tabal 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronback's Alpha</i>	<i>Alpha</i>	Keterangan
1	Persepsi Manfaat (X1)	0,764	> 0,60	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan (X2)	0,840	> 0,60	Reliabel
3	Kepuasan Pengguna (Z)	0,769	> 0,60	Reliabel
4	Minat Penggunaan Ulang (Y)	0,767	> 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data 2023

3. Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat dari responden sebanyak 96 orang, maka data penelitian dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik responden sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin Pengguna Paylater

Berdasarkan jenis kelamin pengguna fitur paylater, maka responden di dalam penelitian ini diklasifikasikan pada tabel berikut.

Tabal 4.7 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	<i>Persentase</i>
1	Laki-Laki	26	27,1%
2	Perempuan	70	72,9%
Total		96	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden di dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki dengan jumlah sebanyak 26 orang atau sebesar 27,1%. Sedangkan responden perempuan dengan jumlah sebanyak 70 orang atau sebesar 72,9%.

b. Usia Pengguna Paylater

Berdasarkan usia dari responden pengguna fitur paylater, maka responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan pada tabel berikut.

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Menurut Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20	4	4,2%
2	20 – 23	72	75%
3	> 23	20	20,8%
Total		96	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah berusia 20-23 tahun dengan persentase sebesar 75% yakni sebanyak 72 responden, sedangkan persentase paling rendah adalah responden dengan usia dibawah 20 tahun yakni sebesar 4,2% sebanyak 4 responden.

d. Tingkat Penggunaan Paylater

Dilihat berdasarkan tingkat penggunaan fitur paylater, responden penelitian dapat diklasifikasikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Karakteristik Responden Menurut Tingkat Penggunaan

No.	Penggunaan	Jumlah	Persentase
1	2 Kali	22	22,9%
2	> 2 Kali	30	31,3%
3	Sering	44	45,8%
Total		96	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah sering menggunakan paylater dengan

persentase sebesar 45,8% yakni sebanyak 44 responden, sedangkan *persentase* paling rendah adalah responden dengan 2 kali penggunaan paylater yakni sebesar 22,9% sebanyak 22 responden.

e. Aplikasi Paylater yang Digunakan

Dilihat berdasarkan aplikasi fitur paylater yang mereka gunakan, responden penelitian dapat diklasifikasikan pada tabel berikut.

Tabel 4.10 Karakteristik Responden Menurut Aplikasi yang Digunakan

No.	Aplikasi	Jumlah	Persentase
1	Shopee	96	100%
2	Gojek	0	0%
3	Kredivo	0	0%
4	Traveloka	0	0%
5	Lainnya	0	0%
Total		96	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden di dalam penelitian ini menggunakan aplikasi shopee dengan jumlah sebanyak 96 orang atau sebesar 100 persen. Dapat disimpulkan bahwa paylater dari aplikasi Shopee banyak digunakan dikalangan mahasiswa dibandingkan aplikasi lainnya.

Tabel 4.11 Rekapitulasi Data Demografi yang Paling Dominan

No.	Karakteristik	Karakteristik yang dominan	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin	Perempuan	70	72,9%
2	Usia	20-23	72	75%
3	Penggunaan	Sering	44	45,8%
4	Aplikasi	Shopee	96	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dilihat berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian paling banyak adalah berjenis kelamin Perempuan sebanyak 70 orang dengan usia di antara 20-23 tahun sebanyak 72 orang. Aplikasi paylater yang paling banyak digunakan responden adalah Shopee sebanyak 96 orang, dengan tingkat penggunaan Sering menggunakan paylater sebanyak 44 orang.

4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, hasil dari jawaban responden tersebut kemudian dilakukan analisis dengan melalui dua tahapan yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas sama dengan 5, sehingga dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berikut ini adalah kategori dari masing-masing interval, yaitu:

Tabel 4.12 Skala Interval

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,80	Sangat Rendah
1,81 s/d 2,60	Rendah
2,61 s/d 3,40	Sedang
3,41 s/d 4,20	Tinggi
4,21 s/d 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data 2023

a. Variabel Persepsi Manfaat

Tabel 4.13 Penilaian Responden terhadap Persepsi Manfaat (X1)

Mempermudah transaksi pembayaran				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
1	Menurut saya layanan yang diberikan fintech paylater dapat mempermudah saya dalam bertransaksi	3,59	71,9	Tinggi
Mempercepat transaksi pembayaran				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
2	Menurut saya dengan menggunakan fitur paylater proses pembayaran dalam bertransaksi menjadi lebih cepat	3,34	66,9	Sedang
Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
3	Saya suka menggunakan fitur paylater karena mendapatkan keuntungan, seperti cashback dan voucher gratis ongkir	3,25	65	Sedang
Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
4	Saya merasa lebih aman melakukan pembayaran dengan fitur paylater karena sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK	3,36	67,3	Sedang
Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
5	Saya rasa waktu akan lebih hemat ketika bertransaksi menggunakan payment fitur paylater	3,58	71,7	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.14 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Persepsi Manfaat (X1)

No.	Dimensi Variabel Penelitian	Mean	%	Kategori
1	Mempermudah transaksi pembayaran	3,59	71,9	Tinggi
2	Mempercepat transaksi pembayaran	3,34	66,9	Sedang

3	Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi	3,25	65	Sedang
4	Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran	3,36	67,3	Sedang
5	Meningkatkan efesiensi dalam melakukan transaksi pembayaran	3,58	71,7	Tinggi
Total		3,43	68.5	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari 96 responden, diketahui sebagian besar Tinggi dalam menilai Persepsi Manfaat terhadap penggunaan Paylater (Mean 3,43) dengan presentase 68,5 persen. Dari tabel di atas diketahui bahwa Mempermudah transaksi pembayaran memiliki nilai paling besar 3,59 atau 71,9 persen, disusul dengan Meningkatkan efesiensi dalam melakukan transaksi pembayaran dengan nilai rata-rata sebesar 3,58 atau 71,7 persen, Memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran dengan nilai rata-rata 3,36 atau 67,3 persen, Mempercepat transaksi pembayaran dengan nilai rata-rata 3,34 atau 66,9 persen, dan Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi dengan mean terendah yaitu 3,25 atau 65 persen.

a. Variabel Persepsi Kemudahan

Tabel 4.15 Penilaian Responden terhadap Persepsi Kemudahan (X2)

Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>)				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
6	Menurut saya layanan payment paylater tidaklah rumit karena mudah untuk memahami setiap tahapnya	3,61	72,3	Tinggi
Dapat dikontrol (<i>controllable</i>)				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
7	Menurut saya penggunaan fintech paylater mudah dilakukan sehingga	3,75	75	Tinggi

	dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan dari orang lain			
Fleksibel (<i>flexible</i>)				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
8	Menurut saya layanan payment paylater dapat mempermudah saat bertransaksi karena lebih praktis dan efisien	3,67	73,3	Tinggi
Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
9	Menurut saya penggunaan payment paylater tidak ribet bahkan sangat mudah dilakukan	3,75	75	Tinggi
Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>)				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
10	Menurut saya penggunaan layanan payment paylater sangat jelas dan mudah dipahami	3,77	75,4	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.16 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Persepsi Kemudahan (X2)

No.	Dimensi Variabel Penelitian	Mean	%	Kategori
1	Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>)	3,61	72,3	Tinggi
2	Dapat dikontrol (<i>controllable</i>)	3,75	75	Tinggi
3	Fleksibel (<i>flexible</i>)	3,67	73,3	Tinggi
4	Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)	3,75	75	Tinggi
5	Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>)	3,77	75,4	Tinggi
Total		3,71	74,2	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari 96 responden, diketahui sebagian besar Tinggi dalam menilai Persepsi Kemudahan terhadap penggunaan Paylater (Mean 3,71) dengan presentase 74,2 persen. Dari tabel di atas diketahui bahwa Jelas dan dapat dipahami memiliki nilai paling besar 3,77 atau 75,4 persen, disusul dengan Mudah digunakan dan Dapat dikontrol dengan nilai mean masing-masing sebesar 3,75 atau 75 persen, Fleksibel dengan nilai rata-rata 3,67 atau 73,3

persen, dan Mudah dipelajari dengan mean terendah yaitu 3,61 atau 72,3 persen.

b. Variabel Kepuasan Pengguna

Tabel 4.17 Penilaian Responden terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Konten				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
11	Saya merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh fitur paylater	3,79	75,8	Tinggi
Akurasi				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
12	Saya merasa puas dengan ketepatan sistem pembayaran paylater dalam menerima input dan mengeluarkan output	3,67	73,3	Tinggi
Kemudahan				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
13	Saya merasa puas terhadap paylater karena langkah-langkah pengajuan kredit dan penggunaannya mudah untuk dimengerti dan dilakukan	3,75	75	Tinggi
Waktu				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
14	Saya merasa puas terhadap paylater karena proses transaksi menjadi lebih efektif dan efisien	3,74	74,8	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.18 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Pengguna (Z)

No.	Dimensi Variabel Penelitian	Mean	%	Kategori
1	Konten	3,79	75,8	Tinggi
2	Akurasi	3,67	73,3	Tinggi
3	Kemudahan	3,75	75	Tinggi
4	Waktu	3,74	74,8	Tinggi
Total		3,74	74,7	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari 96 responden, diketahui sebagian besar Tinggi dalam menilai Kepuasan Pengguna terhadap penggunaan Paylater (Mean 3,74) dengan presentase 74,7 persen. Dari tabel di atas diketahui bahwa Konten memiliki nilai paling besar 3,79 atau 75,8 persen, disusul dengan Kemudahan dengan nilai rata-rata sebesar 3,75 atau 75 persen, Waktu dengan nilai rata-rata 3,74 atau 74,8 persen, dan Akurasi dengan mean terendah yaitu 3,67 atau 73,3 persen

c. Variabel Minat Penggunaan Ulang

Tabel 4.19 Penilaian Responden terhadap Minat Penggunaan Ulang (Y)

Rasa ingin menggunakan				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
15	Saya tertarik menggunakan fitur paylater karena banyak mendapatkan keuntungan	3,81	76,3	Tinggi
16	Saya akan mengenalkan serta mengajak orang lain untuk menggunakan payment paylater	3,47	69,4	Tinggi
Total		3,63	72,8	Tinggi
Selalu menggunakan				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
17	Saya akan selalu menggunakan fitur paylater disetiap kali berbelanja online dan melakukan transaksi lainnya	3,43	68,5	Tinggi
Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang				
No.	Pertanyaan	Mean	%	Kategori
18	Menurut saya payment paylater layak untuk digunakan dimasa mendatang	3,38	67,5	Sedang

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Tabel 4.20 Rekapitulasi Penilaian Responden terhadap Minat Penggunaan Ulang (Y)

No.	Dimensi Variabel Penelitian	Mean	%	Kategori
1	Rasa ingin menggunakan	3,63	72,8	Tinggi
2	Selalu menggunakan	3,43	68,5	Tinggi
3	Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang	3,38	67,5	Sedang
Total		3,48	69,5	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari 96 responden, diketahui sebagian besar Tinggi dalam menilai Minat Penggunaan Ulang terhadap penggunaan Paylater (Mean 3,48) dengan presentase 69,5 persen. Dari tabel di atas diketahui bahwa Rasa ingin menggunakan memiliki nilai paling besar 3,63 atau 72,8 persen, disusul dengan Selalu menggunakan dengan nilai rata-rata sebesar 3,43 atau 68,5 persen, dan Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang dengan mean terendah yaitu 3,38 atau 67,5 persen.

Tabel 4.21 Rangkuman Penilaian Responden

No.	Variabel	Mean	%	Kategori
1	Persepsi Manfaat	3,43	68,5	Tinggi
2	Persepsi Kemudahan	3,71	74,2	Tinggi
3	Kepuasan Pengguna	3,74	74,7	Tinggi
4	Minat Penggunaan Ulang	3,48	69,5	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel Kepuasan Pengguna memiliki nilai tertinggi di antara variabel lainnya yaitu sebesar 3,74 dengan persentase sebesar 74,7 persen. Sedangkan variabel Persepsi Manfaat memiliki nilai paling rendah yaitu sebesar 3,43 dengan persentase 68,5 persen. Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa penilaian Persepsi Manfaat,

Persepsi Kemudahan, Kepuasan Pengguna dan dan Minat Penggunaan Ulang terhadap penggunaan Paylater adalah Tinggi.

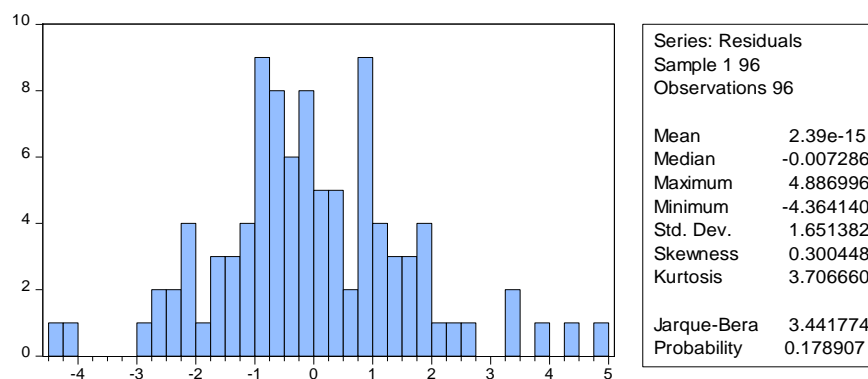
5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk membuktikan bahwa populasi data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Jarque-Bera* dalam Eviews10 dengan taraf signifikansi 0.05. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila taraf signifikansi lebih besar 0.05. Hasil perhitungan uji normalitas akan dibagi menjadi dua sub struktural, sebagai berikut.

- 1) Sub Struktural I, persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Diagram 4.2 Hasil Analisis Uji Normalitas Sub Struktural I

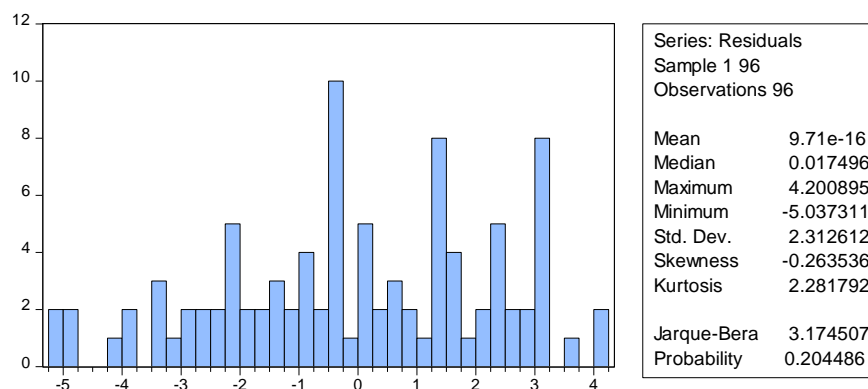


Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Probability* variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepuasan Pengguna lebih besar dari nilai Signifikansi 0,05 yaitu 0,178. Jadi dapat dikatakan bahwa data penelitian pada Sub Struktural I berdistribusi normal.

- 2) Sub Struktural II, persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang.

Diagram 4.3 Hasil Analisis Uji Normalitas Sub Struktural II



Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Probability* variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepuasan Pengguna dan Minat Penggunaan Ulang lebih besar dari nilai Signifikansi 0,05 yaitu 0,204. Jadi dapat dikatakan bahwa data penelitian pada Sub Struktural II berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan suatu keadaan yang menunjukkan terjadinya korelasi antara dua variabel independen atau lebih pada regresi linier berganda. Model regresi linier dapat dikatakan baik apabila data terbebas dari masalah multikolinieritas.

- 1) Sub Struktural I, persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 4.22 Hasil Analisis Uji Multikolinieritas Sub Struktural I

Variance Inflation Factors

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.869785	29.97418	
X1	0.003218	34.19406	1.636925
X2	0.003643	44.84566	1.636925

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Dari hasil analisis di atas terlihat bahwa nilai VIF dari kedua variabel yakni variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan masing-masing bernilai $1,636925 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat atau terbebas dari multikolinieritas.

- 2) Sub Struktural II, persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang.

Tabel 4.23 Hasil Analisis Uji Multikolinieritas Sub Struktural II

Variance Inflation Factors

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.993149	34.64733	
X1	0.006642	35.60835	1.704630
X2	0.012800	79.48499	2.901307
Z	0.021317	85.49396	2.697098

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Dari hasil analisis di atas terlihat bahwa nilai VIF dari variabel Persepsi Manfaat $1,704630 < 10$, nilai VIF dari Variabel Persepsi Kemudahan $2,901307 < 10$, dan nilai VIF dari variabel Kepuasan Pengguna $2,697098 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat atau terbebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

- 1) Sub Struktural I, persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 4.24 Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas Sub Struktural I

Dependent Variable: ABS(RESID)

Method: Least Squares

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.065443	0.590259	3.499212	0.0007
X1	-0.054896	0.035900	-1.529122	0.1296
X2	0.007110	0.038200	0.186137	0.8527

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Dari tabel di atas terlihat bahwa variabel Persepsi Manfaat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,1296, dan variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai signifikansi 0,8527 dimana semuanya $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

- 2) Sub Struktural II, persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang.

Tabel 4.25 Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas Sub Struktural II

Dependent Variable: LRESID2

Method: Least Squares

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-7.134621	1.252276	-5.697322	0.0000
X1	-0.075112	0.072293	-1.038997	0.3015
X2	0.169729	0.100355	1.691275	0.0942
Z	0.035825	0.129506	0.276625	0.7827

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Dari tabel di atas terlihat bahwa variabel Persepsi Manfaat memiliki nilai signifikansi sebesar 0,3015, variabel Persepsi Kemudahan memiliki nilai signifikansi 0,0942 dan variabel Kepuasan Pengguna memiliki nilai signifikansi sebesar 0,7827 dimana semuanya > 0.05 . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linier dan Uji Hipotesis

a. Persamaan Regresi

- 1) Sub Struktural I, persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

Analisis regresi menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna baik secara simultan maupun parsial dengan uji regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.26 Persamaan Regresi Sub Struktural I

Dependent Variable: Z

Method: Least Squares

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.551229	0.932623	3.807788	0.0003
X1	0.111249	0.056723	1.961260	0.0528
X2	0.511554	0.060357	8.475514	0.0000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Bentuk umum persamaan regresi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi untuk variabel X1

β_2 = Koefisien Regresi untuk variabel X2

Sehingga hasil regresi di atas dapat disusun menjadi persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 3,551229 + 0,111249 * X_1 + 0,511554 * X_2$$

a) Nilai konstanta sebesar 3,551229 artinya jika Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan jumlahnya adalah 0, maka Kepuasan Pengguna nilainya adalah 3,551229.

b) Nilai koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar 0,111249 artinya jika variabel Persepsi Manfaat ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka

akan meningkatkan nilai variabel Kepuasan Pengguna sebesar 0,111249 satuan.

c) Nilai koefisien regresi untuk variabel X2 sebesar 0,511554 artinya jika variabel Persepsi Kemudahan ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel Kepuasan Pengguna sebesar 0,511554 satuan.

2) Sub Struktural II, persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang.

Analisis regresi menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna baik secara simultan maupun parsial dengan uji regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 4.27 Persamaan Regresi Sub Struktural II

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.593027	1.411789	3.961659	0.0001
X1	-0.123282	0.081501	-1.512643	0.1338
X2	0.374672	0.113138	3.311626	0.0013
Z	0.244305	0.146003	1.673287	0.0977

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Bentuk umum persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z$$

Keterangan:

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi untuk variabel X1

β_2 = Koefisien Regresi untuk variabel X2

Sehingga hasil regresi di atas dapat disusun menjadi persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,593027 - 0,123282 * X_1 + 0,374672 * X_2 + 0,244305 * Z$$

- a) Nilai konstanta sebesar 5,593027 artinya jika Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna jumlahnya adalah 0, maka Minat Penggunaan Ulang nilainya adalah 5,593027.
- b) Nilai koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar $- 0,123282$ artinya jika variabel Persepsi Manfaat ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel Minat Penggunaan Ulang sebesar $- 0,123282$ satuan.
- c) Nilai koefisien regresi untuk variabel X2 sebesar 0,374672 artinya jika variabel Persepsi Kemudahan ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel Minat Penggunaan Ulang sebesar 0,374672 satuan.
- d) Nilai koefisien regresi untuk variabel Z sebesar 0,244305 artinya jika variabel Kepuasan Pengguna ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan nilai variabel Minat Penggunaan Ulang sebesar 0,244305 satuan.

b. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, dengan ketentuan sebagai berikut:

H0: variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Ha: variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Apabila sig. penelitian $< 0,05$ maka Ha diterima dan H0 ditolak.

Apabila sig. penelitian $> 0,05$ maka Ha ditolak dan H0 diterima.

- 1) Sub Struktural I, persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna secara parsial, hal ini dapat dilihat dari nilai probability pada tabel berikut:

Tabel 4.28 Uji t Sub Struktural I

Dependent Variable: Z
Method: Least Squares

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.551229	0.932623	3.807788	0.0003
X1	0.111249	0.056723	1.961260	0.0528
X2	0.511554	0.060357	8.475514	0.0000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Hasil Uji t Sub Struktural I:

H1 = Nilai prob. X1 0,0528 $> 0,05$. Maka Ha ditolak dan H0 diterima, “artinya Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna”.

H2 = Nilai prob X2 0,0000 $< 0,05$. Maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya “Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna”.

- 2) Sub Struktural II, persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang.

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan

Ulang secara parsial, hal ini dapat dilihat dari nilai probability pada tabel berikut:

Tabel 4.29 Uji t Sub Struktural II

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.593027	1.411789	3.961659	0.0001
X1	-0.123282	0.081501	-1.512643	0.1338
X2	0.374672	0.113138	3.311626	0.0013
Z	0.244305	0.146003	1.673287	0.0977

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Hasil Uji t Sub Struktural II:

H4 = Nilai prob. X1 0,1338 > 0,05. Maka Ha ditolak dan H0 diterima, “artinya Persepsi Manfaat tidak berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Ulang”.

H5 = Nilai prob. X2 0,0013 < 0,05. Maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya “Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Ulang”.

H6 = Nilai prob. Z 0,0977 > 0,05. Maka Ha ditolak dan H0 diterima, “artinya Kepuasan Pengguna tidak berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Ulang”.

c. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, dengan ketentuan sebagai berikut:

H0: variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Ha: variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Apabila sig. penelitian < 0,05 maka Ha diterima dan H0 ditolak.

Apabila sig. penelitian > 0,05 maka Ha ditolak dan H0 diterima.

- 1) Sub Struktural I, persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna secara simultan, hal ini dapat dilihat dari nilai $Prob(F\text{-statistic})$ pada tabel berikut:

Tabel 4.30 Uji F Sub Struktural I

R-squared	0.629231
Adjusted R-squared	0.621258
S.E. of regression	1.669044
Sum squared resid	259.0709
Log likelihood	-183.8703
F-statistic	78.91503
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Hasil Uji F Sub Struktural I:

H3 = Nilai prob. 0,000000 < 0,05. Maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya “Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna”.

- 2) Sub Struktural II, persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan Ulang secara simultan, hal ini dapat dilihat dari nilai $Prob(F\text{-statistic})$ pada tabel berikut:

Tabel 4.31 Uji F Sub Struktural II

R-squared	0.339589
Adjusted R-squared	0.318054
S.E. of regression	2.350015
Sum squared resid	508.0764
Log likelihood	-216.1997
F-statistic	15.76905
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Hasil Uji F:

H7 = Nilai prob. 0,000000 < 0,05. Maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya “Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Ulang”.

d. Koefisien Determinasi (R²)

1) Sub Struktural I, persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

Tabel 4.32 R Square Sub Struktural I

R-squared	0.629231
Adjusted R-squared	0.621258
S.E. of regression	1.669044
Sum squared resid	259.0709
Log likelihood	-183.8703
F-statistic	78.91503
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Besarnya pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna dapat dilihat dari hasil adjusted R square sebesar 0,621258. Sehingga dapat disimpulkan besarnya kontribusi variabel Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna mampu menjelaskan sebesar 62%, sedangkan sisanya 38% dijelaskan oleh variabel lain.

2) Sub Struktural II, persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang

Tabel 4.33 R Square Sub Struktural II

R-squared	0.339589
Adjusted R-squared	0.318054
S.E. of regression	2.350015
Sum squared resid	508.0764
Log likelihood	-216.1997
F-statistic	15.76905
Prob(F-statistic)	0.000000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Besarnya pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan Ulang dapat dilihat dari hasil adjusted R square sebesar 0,318054. Sehingga dapat disimpulkan besarnya kontribusi variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan Ulang mampu menjelaskan sebesar 32%, sedangkan sisanya 68% dijelaskan oleh variabel lain.

e. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Ghozali analisis jalur merupakan perluasan analisis jalur yang digunakan untuk melakukan uji hipotesis pada suatu data dengan menaksir hubungan kausalitas antar variabel, analisis jalur dapat di lihat dari dua bentuk yaitu, analisis yang memberikan pengaruh secara langsung dan analisis yang memberikan pengaruh secara tidak langsung (Irvan, 2018, hlm. 102).

1) Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung adalah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tanpa adanya moderator oleh variable lain. Berikut adalah analisis pada pengaruh langsung:

Tabel 4.34 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna

Dependent Variable: Z				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.551229	0.932623	3.807788	0.0003
X1	0.111249	0.056723	1.961260	0.0528
X2	0.511554	0.060357	8.475514	0.0000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Tabel 4.35 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna

Dependent Variable: Z

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.551229	0.932623	3.807788	0.0003
X1	0.111249	0.056723	1.961260	0.0528
X2	0.511554	0.060357	8.475514	0.0000

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

Tabel 4.36 Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan Ulang

Dependent Variable: Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.593027	1.411789	3.961659	0.0001
X1	-0.123282	0.081501	-1.512643	0.1338
X2	0.374672	0.113138	3.311626	0.0013
Z	0.244305	0.146003	1.673287	0.0977

Sumber: Data diolah (Hasil Output Eviews10) 2023

- 1) Pengaruh variabel Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Pengguna, $X1 \rightarrow Z = 0,056723$
- 2) Pengaruh variabel Persepsi Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna, $X2 \rightarrow Z = 0,511554$
- 3) Pengaruh variabel Kepuasan Pengguna terhadap Minat Penggunaan Ulang, $Z \rightarrow Y = 0,146003$

2) Pengaruh Tidak Langsung

Pengujian hipotesis mediasi untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap dependen melalui intervening, dapat dilakukan dengan Uji Sobel (Abu-Bader & Jones, 2021, hlm. 47).

Berikut adalah rumus perhitungan Sobel Test:

$$t = \frac{ab}{\sqrt{(b^2SEa^2) + (a^2SEb^2)}}$$

Keterangan:

a = Jalur variabel independen terhadap variabel intervening

b = Jalur variabel intervening terhadap variabel dependen

SE = Standar error

Apabila nilai t hitung $>$ t tabel (1,9858), maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y melalui variabel Z

- a) Pengaruh Tidak Langsung Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Pengguna

Perhitungan Uji Sobel X1 ke Y melalui Z:

$$t = \frac{0,11125 \times 0,24431}{\sqrt{(0,24431^2 \times 0,05672^2) + (0,11125^2 \times 0,146003^2)}}$$

$$t = \frac{0,11125 \times 0,24431}{\sqrt{(0,05968 \times 0,00322) + (0,01238 \times 0,02132)}}$$

$$t = \frac{0,11125 \times 0,24431}{\sqrt{0,0000192036 + 0,0000263825}}$$

$$t = \frac{0,027178687}{\sqrt{0,000455861}}$$

$$t = \frac{0,027178687}{0,021350904}$$

$$t = 1,272952515$$

Hasil Perhitungan Uji Sobel X1→Z→Y

H8 = Nilai t hitung (1,272951515) < t tabel (1,9858). Maka Ha ditolak dan H0 diterima, artinya “Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Pengguna”.

b) Pengaruh Langsung Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Pengguna

Perhitungan Uji Sobel X2 ke Y melalui Z:

$$t = \frac{0,511554 \times 0,24431}{\sqrt{(0,24431^2 \times 0,06036^2) + (0,511554^2 \times 0,146003^2)}}$$

$$t = \frac{0,511554 \times 0,24431}{\sqrt{(0,05968 \times 0,00364) + (0,26169 \times 0,02132)}}$$

$$t = \frac{0,511554 \times 0,24431}{\sqrt{0,00021743 + 0,00557836}}$$

$$t = \frac{0,1247752}{\sqrt{0,00579579}}$$

$$t = \frac{0,1247752}{0,076130087}$$

$$t = 1,641600645$$

Hasil Perhitungan Uji Sobel X2→Z→Y

H9 = Nilai t hitung (1,641600645) < t tabel (1,9858). Maka Ha ditolak dan H0 diterima, artinya “Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Ulang melalui Kepuasan Pengguna”.

f. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.37 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

No.	Hipotesis	Keterangan
H1	Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna fitur paylater	Tidak terbukti
H2	Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna fitur paylater	Terbukti
H3	Persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan Pengguna fitur paylater	Terbukti
H4	Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater	Tidak Terbukti

H5	Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater	Terbukti
H6	Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater	Tidak Terbukti
H7	Persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater	Terbukti
H8	Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater melalui kepuasan pengguna	Tidak terbukti
H9	Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater melalui kepuasan pengguna	Tidak terbukti

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

B. Analisis Data

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel independen dan variabel dependen dengan variabel intervening berdasarkan hasil jawaban dari rumusan masalah yang telah dipaparkan. Untuk menentukan hasil jawaban ini Peneliti menggunakan data primer, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden yang telah ditentukan menggunakan tautan google form. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dimana responden yang dipilih merupakan perwakilan dari populasi. Dari sekian banyaknya populasi mahasiswa/i universitas islam di Banjarmasin yang menggunakan fitur paylater peneliti hanya mengambil 96 responden sebagai sampel penelitian.

Berdasarkan karakteristik responden pada penelitian ini, responden wanita lebih dominan yaitu sebanyak 70 orang atau 72,9%, sedangkan responden laki-laki hanya 30 orang atau 27,1%. Mayoritas responden pengguna paylater berusia 20-23

tahun yaitu sebanyak 72 orang atau 75% dari total keseluruhan responden. Dan dari tingkat penggunaan paylater, sebanyak 44 atau 45,8% responden yang menjawab Sering menggunakan paylater. Aplikasi penyedia paylater yang banyak digunakan mahasiswa/i universitas islam di Banjarmasin adalah Shopee sebanyak 96 responden atau 100%, sehingga penggunaan paylater pada aplikasi shopee menjadi yang paling unggul pada penelitian ini.

Dari hasil data primer yang di dapat, peneliti menggunakan aplikasi Eviews10 untuk mendapatkan hasil analisis data yang diperlukan. Pada bagian analisis data dilakukan beberapa tahapan, yaitu uji validitas dan uji reliabelitas kuesioner dari responden dan data yang diperoleh pada penelitian ini dinyatakan valid dengan hasil masing-masing kuisisioner memiliki nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel. Sedangkan hasil dari uji reliabelitas masing-masing menghasilkan nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,60, maka hasil data kuesioner pada penelitian ini dinyatakan reliabel. Tahapan berikutnya adalah analisis deskriptif variabel, yang mana masing-masing dari variabel berkategori "Tinggi". Variabel persepsi manfaat (X1) memiliki nilai mean sebesar 3,43 atau 68,5%. Lalu variabel persepsi kemudahan (X2) dengan nilai mean sebesar 3,71 atau 74,7%. Sedangkan variabel kepuasan pengguna (Z) memiliki mean sebesar 3,74 atau 74,7%. Dan variabel minat penggunaan ulang (Y) dengan mean sebesar 34,8 atau 69,5%.

Selanjutnya uji asumsi klasik, untuk mempermudah jalannya penelitian maka peneliti membagi menjadi 2 bagian sub struktural, yaitu Sub Struktural I adalah Persepsi Manfaat (X1) dan Kemudahan (X2) terhadap kepuasan pengguna (Z), dan Sub Struktural II adalah Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan (X2) dan kepuasan

pengguna (Z) terhadap Minat Penggunaan Ulang (Y). Pada bagian ini dilakukan beberapa pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Hasil dari pengujian normalitas pada Sub Struktural I dan II masing-masing dengan nilai *probability* 0,178 dan 0,205 maka data dinyatakan normal karena lebih besar dari 0,05. Sedangkan pada uji multikolinieritas Sub Struktural I dan II masing-masing dengan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga data pada penelitian ini dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Dan pada uji heteroskedastisitas tidak terjadi heteroskedastisitas sebab masing-masing variabel independen dari Sub Struktural I dan II memiliki nilai *probability* lebih besar dari 0,05.

Kemudian peneliti melakukan uji hipotesis sebagai pengujian hasil akhir dari penelitian, yang terdiri dari uji t, uji F, uji R Squared dan analisis jalur, berikut adalah hasilnya:

1. Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Variabel Kepuasan Pengguna (Z) Fitur Paylater

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai uji t pada variabel persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna fitur paylater dengan nilai taraf signifikansi 0,0528 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna (Z), sehingga H1 ditolak. Dengan demikian besarnya manfaat dari layanan fitur paylater yang dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah dan efisien masih belum dapat memberikan kepuasan terhadap mahasiswa universitas islam di Banjarmasin pengguna paylater.

Sejalan dengan Rahmadhania & Sari (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Berbeda dengan Pratama & Suputra (2019) dan Artina (2021) dimana persepsi manfaat berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna *E-Money*.

2. Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Variabel Kepuasan Pengguna (Z) Fitur Paylater

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai uji t pada variabel persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna fitur paylater dengan nilai taraf signifikansi 0,0000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna (Z), sehingga H2 diterima. Dengan demikian semakin mudah pelayanan jasa yang diberikan fitur paylater dapat memberikan kepuasan terhadap mahasiswa universitas islam di Banjarmasin pengguna paylater.

Hal ini sejalan dengan penelitian Musrifoh (2019) bahwa persepsi kemudahan dapat mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap penggunaan uang elektronik, dan Artina (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *E-Money*.

3. Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat (X1) dan Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Variabel Kepuasan Pengguna (Z) Fitur Paylater

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai uji F pada variabel persepsi Manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna fitur

paylater dengan nilai taraf signifikansi 0,000000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1) dan kemudahan (X2) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna (Z), sehingga H3 diterima.

Secara parsial persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, namun secara bersama-sama persepsi manfaat dan kemudahan dapat memberikan kepuasan terhadap mahasiswa universitas islam di Banjarmasin pengguna paylater. Maka dari itu pihak e-commerce penyedia fitur paylater harus tetap memperhatikan apa saja faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan Yusuf et al (2021) yang mengemukakan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO.

4. Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Variabel Minat Penggunaan Ulang (Y) Fitur Paylater

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai uji t pada variabel persepsi manfaat terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater dengan nilai taraf signifikansi 0,1338 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y), sehingga H4 ditolak. Dengan demikian manfaat dari layanan fitur paylater masih belum dapat menumbuhkan minat mahasiswa universitas islam di Banjarmasin untuk menggunakan ulang fitur paylater.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Maula (2021), bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Berbeda dengan Maharany et al (2021) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pada aplikasi *marketplace*. Dan hasil dari penelitian Zakiyyah (2020) menyebutkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Gopay.

5. Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Variabel Minat Penggunaan Ulang (Y) Fitur Paylater

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai uji t pada variabel persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater dengan nilai taraf signifikansi 0,0013 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y), sehingga H5 diterima. Dengan demikian kemudahan yang diberikan oleh layanan fitur paylater dapat menimbulkan minat mahasiswa universitas islam di Banjarmasin untuk menggunakan ulang fitur paylater.

Hasil dari penelitian ini didukung dengan hasil penelitian dari Zakiyyah (2020) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Gopay.

6. Pengaruh Variabel Kepuasan Pengguna (Z) Terhadap Variabel Minat Penggunaan Ulang (Y) Fitur Paylater

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai uji t pada variabel kepuasan pengguna terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater dengan nilai taraf

signifikansi 0,0977 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pengguna (Z) tidak berpengaruh terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y), sehingga H6 ditolak. Dengan demikian rasa puas dari pengguna terhadap layanan fitur paylater masih belum dapat menimbulkan minat mahasiswa universitas islam di Banjarmasin untuk menggunakan ulang fitur paylater.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Purba et al (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan pengguna tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang OVO. Berbeda dengan hasil penelitian Yusuf et al (2021) bahwa kepuasan pengguna dapat mempengaruhi minat beli ulang pengguna di Traveloka.

7. Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Kepuasan Pengguna (Z) Terhadap Variabel Minat Penggunaan Ulang (Y) Fitur Paylater

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai uji F pada variabel persepsi Manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater dengan nilai taraf signifikansi 0,000000 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1), kemudahan (X2) dan kepuasan pengguna (Z) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y), sehingga H7 diterima.

Secara parsial persepsi manfaat dan kepuasan pengguna tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang, sedangkan persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan

ulang, namun secara bersama-sama persepsi manfaat, kemudahan dan kepuasan pengguna dapat menimbulkan minat mahasiswa universitas islam di Banjarmasin untuk menggunakan ulang fitur paylater. Maka dari itu pihak e-commerce penyedia fitur paylater harus tetap memperhatikan apa saja faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna.

8. Pengaruh Variabel Persepsi Manfaat (X1) Terhadap Variabel Minat Penggunaan Ulang (Y) Melalui Variabel Kepuasan Pengguna (Z) Fitur Paylater

Untuk melakukan uji hipotesis pada variabel persepsi manfaat terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater yang dimediasi oleh variabel kepuasan pengguna dapat dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung antara variabel Persepsi Manfaat (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Z) sebesar 0,056723, dan variabel Kepuasan Pengguna (Z) terhadap Minat Penggunaan Ulang (Y) sebesar 0,146003. Sedangkan pengaruh tidak langsung dari variabel persepsi manfaat (X1) dan variabel kepuasan pengguna (Z) sebagai variabel intervening terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y) dengan nilai t-hitung sebesar 1,272951515, maka nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (1,9858) yang mana artinya H₀ ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menyatakan bahwa kepuasan pengguna belum mampu memediasi antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater pada mahasiswa universitas islam di Banjarmasin. Maka sangat penting bagi e-commerce penyedia fitur paylater dalam memperhatikan manfaat yang akan diberikan kepada pengguna, agar dapat meningkatkan rasa

puas bagi pengguna sehingga tertarik untuk menggunakan ulang layanan fitur paylater.

9. Pengaruh Variabel Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Variabel Minat Penggunaan Ulang (Y) Melalui Variabel Kepuasan Pengguna (Z) Fitur Paylater

Untuk melakukan uji hipotesis pada variabel persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater yang dimediasi oleh variabel kepuasan pengguna dapat dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung antara variabel Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Z) sebesar 0,511554, dan variabel Kepuasan Pengguna (Z) terhadap Minat Penggunaan Ulang (Y) sebesar 0,146003. Sedangkan pengaruh tidak langsung dari variabel persepsi kemudahan (X2) dan variabel kepuasan pengguna (Z) sebagai variabel intervening terhadap variabel minat penggunaan ulang (Y) dengan nilai t-hitung sebesar 1,641600645, maka nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (1,9858) yang mana artinya H₉ ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian ini, menyatakan bahwa kepuasan pengguna belum mampu memediasi antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan ulang fitur paylater pada mahasiswa universitas islam di Banjarmasin. Maka sangat penting bagi *e-commerce* penyedia fitur paylater dalam memperhatikan kemudahan layanan fitur paylater yang akan diberikan kepada pengguna, agar dapat meningkatkan rasa puas bagi pengguna sehingga tertarik untuk menggunakan ulang layanan fitur paylater.