

Pengaruh literasi keuangan dan *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan *paylater* pada mahasiswa

Sukhesy Eka Putri^{1✉}, Heni Safitri², Dedi Hariyanto³

Universitas Muhammadiyah Pontianak

Abstrak

Sejak munculnya globalisasi, teknologi informasi telah maju dengan cepat dan menyebar ke banyak negara. Uang elektronik tersebut dapat berfungsi sebagai media transaksi cashless dan tunai. SPayLater adalah layanan Paylater versi Shopee. SPayLater Shopee adalah satu-satunya produk Bayar Nanti yang ditawarkannya. Pengguna dapat melakukan pembelian praktis dengan SPayLater. Mahasiswa, khususnya Generasi Z, senang menggunakan SPayLater karena kemudahannya menyimpan dana setiap bulan berdasarkan nominal tetap. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Riset ini bertujuan mencari pengaruh tingkat literasi keuangan dan TAM terhadap minat penggunaan SPayLater. Seratus lima puluh orang memenuhi persyaratan dan mengisi survei melalui formulir Google. Untuk memverifikasi tabulasi data, kami menggunakan SPSS 25. T-statistics menunjukkan hasil yang signifikan untuk beberapa variabel sehingga sampai pada kesimpulan variabel Literasi Keuangan tidak mempengaruhi minat penggunaan SPayLater. Namun, variabel dari model penerimaan teknologi secara signifikan mempengaruhi variabel Minat.

Kata kunci: Literasi keuangan; fintech; TAM

The effect of financial literacy and technology acceptance model on interest in using shopee paylater in students

Abstract

Since the emergence of globalization, information technology has advanced rapidly and spread to many countries. Electronic money can function as a medium for cashless and cash transactions. SPayLater is Shopee's version of Paylater service. SPayLater Shopee is the only Pay Later product it offers. Users can make convenient purchases with SPayLater. Students, especially Generation Z, enjoy using SPayLater because of the convenience of saving funds every month based on a fixed amount. This study uses an associative research approach. This research aims to find the effect of the level of financial literacy and TAM on interest in using SPayLater. One hundred and fifty people met the requirements and filled out the survey via a Google form. To verify the data tabulation, we used SPSS 25. The T-statistics showed significant results for several variables so that we came to the conclusion that the Financial Literacy variable did not affect interest in using SPayLater. However, the variables of the technology acceptance model significantly affect the interest variable.

Key words: Financial literacy, financial technology, TAM

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, kemajuan teknologi informasi semakin maju sekaligus mempercepat laju pertumbuhannya di berbagai negara. Penciptaan sistem teknologi ini dapat membantu tugas seseorang dengan lebih mudah dengan menggunakan teknologi yang sekarang dapat diakses (Giriani & Susanti, 2018). Di masa lalu, pelanggan diharuskan mengunjungi pengecer secara fisik dan membayar dengan uang tunai untuk membeli produk konsumen. (Suhendry, 2020). Namun berkat kemajuan teknologi, seseorang tidak perlu khawatir meski tidak memiliki uang tunai. Misalnya, memanfaatkan teknologi finansial berupa uang elektronik (disebut juga e-money) untuk melakukan transaksi pembayaran melalui internet (Krismawintari et al., 2020). Fintech adalah model bisnis baru yang dikembangkan sebagai pelengkap sistem keuangan tradisional. Caranya dengan menawarkan layanan berupa transaksi keuangan yang dilakukan secara online (Khofifa et al, 2022). E-commerce memungkinkan pemilik perusahaan untuk mengelola perusahaan mereka dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak. Shopee dilaporkan telah mencapai total 190,7 juta pengguna pada bulan Agustus 2022, menjadikannya situs web paling populer untuk belanja online (Annur, 2022).

Baru-baru ini, yaitu di awal tahun 2018, masyarakat umum telah mendapatkan akses ke mode transaksi keuangan baru yang dikenal dengan teknologi paylater (Sari, 2021). SPayLater adalah nama internal untuk sistem Paylater versi Shopee. SPayLater merupakan satu-satunya produk dalam kategori Pay Later yang dimiliki oleh perusahaan e-commerce (dalam hal ini Shopee). Shopee dan PT Lentera Dana Nusantara yang terdaftar dan diawasi OJK telah bergabung untuk membuat layanan SPayLater (Indrianto et al, 2022). Agar konsumen dapat memanfaatkan fungsi spaylater terlebih dahulu harus mengaktifkan opsi SPayLater di dalam program Shopee dan memenuhi semua ketentuan yang telah digariskan. Batas pinjaman akan segera diberikan kepada pengguna jika ditentukan bahwa pengguna memenuhi semua persyaratan. Batas kredit ini terbatas untuk pembelian yang dilakukan melalui aplikasi Shopee dan tidak dapat diubah dalam keadaan apapun (Natalia et al, 2022).

Saat menggunakan SPayLater, seseorang memiliki opsi untuk melakukan transaksi yang paling praktis. Mahasiswa, terutama anggota Generasi Z (Kelahiran 1995-2010, menurut Alfauqi (2022)), senang menggunakan SPayLater karena memungkinkan mereka menyisihkan uang setiap bulan sesuai dengan batas minimum yang ditentukan. Sebagian dari mereka melewati tahap perkembangan yang dikenal sebagai masa remaja dan dewasa awal (Santrock, 2018). Menurut Roberts et al. (2014), anggota populasi remaja generasi Z memasukkan penggunaan ponsel ke dalam rutinitas mereka.

Berdasarkan data dari Katadata Insight Center tahun 2021, Gen Z telah menggunakan Paylater sebanyak 9,70%. (Annur, 2020). Hal ini tentunya menarik perhatian bahwa ada dorongan untuk menggunakan PayLater. Untuk melihat apa yang menjadi minat dalam memilih PayLater maka diperlukan dukungan dari suatu teori yakni Technology Acceptance Model (TAM). Berbagai penelitian telah memberikan bukti bahwa TAM mampu memprediksi perilaku pengguna secara akurat (Ltd, 2018). Istilah "TAM", huruf "A" adalah singkatan dari kata "Acceptance", yang berarti penerimaan. Oleh karena itu, TAM merupakan model analisis yang digunakan untuk mengetahui perilaku pengguna dalam kaitannya dengan adopsi teknologi (Fatmawati, 2015).

Di sisi lain, ada bahaya yang harus menjadi alasan kekhawatiran bagi siapa saja yang membeli dan berbisnis online (Sampouw & Wulandari, 2020). Akibatnya, sangat penting untuk memperoleh informasi tentang keuangan, tidak hanya dalam bentuk pengetahuan dasar tetapi juga dalam bentuk pengetahuan lanjutan. Literasi keuangan mengacu pada pengetahuan keuangan yang perlu dimiliki setiap orang untuk menghindari kesulitan keuangan (Khofifa et al, 2022). Menurut hasil Survei Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional 2019, tingkat literasi keuangan masyarakat secara umum telah mencapai 38,03 persen. Sementara itu, inklusi keuangan yang juga dapat diartikan sebagai pemanfaatan media dalam mendukung sistem keuangan mencapai 76,19%.

Survei terbaru menunjukkan bahwa anggota Generasi Z memiliki literasi keuangan di atas rata-rata, menurut Kepala OJK Daerah Kalbar. Tingkat literasi keuangan ini melebihi rata-rata nasional saat ini sebesar 38,03 persen. Saat ini persentasenya 44,04 persen. Tingkat inklusi keuangan sebesar 82,06 persen jauh lebih tinggi dari rata-rata nasional sebesar 76,19 persen, hal ini menunjukkan minat generasi muda untuk menggunakan barang atau jasa keuangan, (<https://kalbar.antaranews.com/berita/513685/ojk-sebut-literasi-keuangan-dikalimantan-barat-baru-3648-persen>).

Menurut temuan sejumlah penelitian, mengenal platform teknologi finansial Ovo dan Gopay memiliki dampak yang signifikan dan menguntungkan pada tingkat literasi keuangan seseorang (Marpaung, 2021). Mereka yang bekerja di John Like Cafe dan Roti Paradox di Kota Mojokerto dilihat dari data wawancara memiliki tingkat literasi yang tinggi. Hal ini karena keahlian mereka dalam memanfaatkan pembayaran fintech untuk manajemen transaksi dan pengambilan keputusan bisnis, serta pengetahuan, keyakinan, fitur, keuntungan, risiko, hak, dan tugas yang terkait dengan melakukannya (Anisah & Crisnata, 2021). Menurut temuan penelitian ini, variabel *perceived advantage* berpengaruh besar dan positif terhadap niat menggunakan layanan Paylater, namun variabel *perceived convenience* tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan layanan Paylater (Asja et al, 2021).)

Sehubungan dengan informasi yang disajikan di atas, maka peneliti berupaya melakukan penelusuran literatur dalam upaya menggabungkan kedua variabel tersebut menjadi satu faktor baru untuk tujuan penelitian ini. Topik ini dipilih untuk evaluasi oleh penulis karena merupakan subjek penelitian yang lebih aktual dan relevan dengan fenomena yang dikenal sebagai SPayLater. Sedangkan anggota generasi Z sering menggunakan layanan PayLater. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara tingkat literasi keuangan seseorang dengan tingkat minatnya dalam menggunakan layanan SPayLater.

Literasi Keuangan

Pengambilan keputusan keuangan yang baik dan mengelola uang dengan bijak sangat penting untuk kehidupan yang sejahtera, dan ini hanya dapat dicapai melalui literasi keuangan (Arianti, 2022). Salah satu definisi literasi keuangan yang ditawarkan oleh Safira et al. (2020) adalah "kapasitas untuk menilai, merencanakan, mengimplementasikan, dan memantau kesejahteraan finansial pribadi seseorang." Beberapa topik yang dibahas di sini adalah: ekonomi dasar, perbankan, investasi, dan mengasuransikan aset seseorang. Institusi perguruan tinggi memainkan peran penting dalam mempengaruhi literasi keuangan mahasiswa, yang akan berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan mereka di masa depan saat mereka menghadapi berbagai tantangan keuangan. Hal ini karena dengan peningkatan literasi keuangan, mahasiswa yang sebelumnya *less literate* akan lebih siap untuk menerapkan dan mempertanggungjawabkan hasil tindakan mereka.

Technology Acceptance

TAM adalah kerangka kerja untuk menganalisis berbagai variabel yang mungkin mempengaruhi keterbukaan orang untuk mengadopsi teknologi informasi baru. TAM (Technology Acceptability Model) adalah kerangka kerja untuk mengenali penerimaan pengguna atas solusi TI. TAM adalah kerangka kerja untuk mempelajari elemen-elemen yang mempengaruhi keterbukaan orang untuk mengadopsi teknologi informasi baru. Sejauh mana pengguna menghargai layanan kenyamanan teknologi dan sejauh mana mereka menilai fungsi dan penggunaan teknologi keduanya memiliki peran dalam menentukan apakah teknologi diadopsi atau tidak, menurut sebuah laporan Hanifah & Mukhlis (2022) .

Minat

Minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk memusatkan perhatian dan ingatan seseorang pada suatu topik dalam jangka waktu yang lama, dengan hasil akhirnya berupa rasa senang dan puas setelah mencapai tujuan seseorang (Suartana & Witami, 2019). Salah satu penanda yang dapat digunakan untuk mengukur ketertarikan adalah pengalaman keinginan, penggunaan kompulsif, dan penggunaan yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian yang dikenal dengan riset asosiatif. Bertujuan untuk mempelajari bagaimana literasi keuangan dan faktor TEM menjadi kecenderungan seseorang untuk menggunakan SPayLater. Dimana banyak metode pengumpulan data menggunakan sumber informasi primer dan sekunder. Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data primer. Kuesioner ini akan diberikan kepada responden dengan menggunakan Google form yang akan memudahkan responden dalam mengisi kuesioner yang telah dibagikan. Data sekunder dikumpulkan dari karya-karya yang diterbitkan atau dari laporan tertulis dari proyek penelitian yang telah selesai. Partisipan dalam penelitian ini diambil dari empat institusi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berbeda, dengan total gabungan 11.947 mahasiswa aktif. Namun untuk memudahkan penelitian, maka penulis menggunakan rumus Slovin dengan tingkat akurasi 10%, dan didapatkan temuan sebanyak 100 partisipan yang dipilih

dengan menggunakan pendekatan purposive sample, khususnya memanfaatkan kriteria SPaylater, dan usia mereka berkisar antara 18 tahun sampai 22 (Generasi Z).

Adapun cara mengolah data tersebut dengan menggunakan spss versi 25. Berikut adalah uji yang digunakan untuk melakukan pengolahan data tersebut.

Uji Validitas

Metode korelasi product moment digunakan untuk melakukan uji validitas. Dalam kebanyakan kasus, kualifikasi berikut harus dipenuhi minimal agar dianggap memenuhi syarat:

Jika $r \geq 0,10$, item valid; dan

Jika $r \leq 0,10$, item tidak valid.

Uji Reliabilitas

Jika digunakan pendekatan Alpha Cronbach, dan koefisien reliabilitas (r_{11}) suatu instrumen penelitian lebih dari 0,6, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel.

Uji Normalitas

Jika nilai sig. $\geq 0,05$, data berdistribusi normal, sedangkan tidak berdistribusi normal jika yang terjadi sebaliknya.

Uji Multikolinieritas

Jika nilai Tolerance $\geq 0,1$ dan VIF ≤ 10 , tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan tidak multikolinearitas jika yang terjadi sebaliknya

Uji Linearitas

Pada $\alpha = 0,05$, uji yang dilakukan dikenal dengan Uji Linieritas. Jika signifikansi (Linearitas) $< \alpha = 0,05$, hubungan linier, begitu pula sebaliknya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Koefisien determinasi (R^2)

Menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variasi nilai variabel dependen, nilai yang mendekati satu menyiratkan kekuatan prediksi yang sangat baik.

Uji Signifikansi Serempak (Uji-F)

Singkatnya, ini mengungkapkan apakah semua faktor yang dianggap independen dan diperhitungkan dalam model berpengaruh pada variabel yang dianggap dependen pada saat yang sama. Jika nilai sig. $> 0,05$, tidak terdapat pengaruh, sedangkan terdapat pengaruh jika yang terjadi sebaliknya.

Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan dalam proses penentuan sebagian pengaruh masing-masing variabel bebas. Jika nilai sig. $< \alpha = 0,05$, terdapat pengaruh, sedangkan tidak terdapat penaruh jika yang terjadi sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Total ada 150 responden yang mengisi dan memenuhi persyaratan. Oleh karena itu, penulis membuat keputusan untuk menguji setiap tanggapan ini.

Uji Validitas

Jika r lebih dari 0,10 yang merupakan ambang batas dalam uji validitas ini, maka item pertanyaan dari kuesioner tersebut dapat dianggap valid. Menurut tabel kedua. Temuan uji validitas menunjukkan bahwa semua klaim dapat dianggap valid karena r lebih dari 0,10.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Corrected ItemCorrected Item-Total Correlation	Keterangan
LK1	0,328	Valid
LK2	0.458	Valid
LK3	0.310	Valid
LK4	0.406	Valid
LK5	0.442	Valid
LK6	0.580	Valid
LK7	0.530	Valid
LK8	0.438	Valid
LK9	0.478	Valid
LK10	0.674	Valid
LK11	0.603	Valid
LK12	0.567	Valid
LK13	0.583	Valid
LK14	0.478	Valid
LK15	0.458	Valid
LK16	0.338	Valid
LK17	0.427	Valid
LK18	0.311	Valid
TAM1	0.682	Valid
TAM2	0.588	Valid
TAM3	0.816	Valid
TAM4	0.763	Valid
TAM 5	0.705	Valid
TAM6	0.780	Valid
TAM7	0.713	Valid
TAM8	0.753	Valid
MINAT1	0.335	Valid
MINAT2	0.588	Valid
MINAT3	0.762	Valid
MINAT4	0.824	Valid
MINAT5	0.805	Valid
MINAT6	0.752	Valid

Uji Reliabilitas

Jika digunakan pendekatan Alpha Cronbach, dan koefisien reliabilitas (r_{11}) suatu instrumen penelitian $> 0,6$, instrumen tersebut dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel 2, semua klaim dianggap dapat dipercaya karena (r_{11}) $> 0,6$.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	.784	18	Reliabel
Technology Acceptance Model (X2)	.868	8	Reliabel
Minat Penggunaan SPayLater (Y)	.777	6	Reliabel

Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk memeriksa normalitas data. Berikut ini adalah dasar pemikiran untuk membuat keputusan pada uji kenormalan.

Berdasarkan temuan pada tabel 3, khususnya uji normalitas yang menunjukkan bahwa nilai sig.200 lebihdari 0,05, data mengikuti distribusi normal.

Tabel 3.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.97784075
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.043
	Negative	-.036
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 menunjukkan nilai tolerance = 0,974 0,1, dan VIF = 1,027 10, artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.974	1.027
	Technology Acceptance Model	.974	1.027

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee PayLater

Uji Linearitas

Seperti yang terlihat pada tabel 5. Uji Linearitas menemukan bahwa Deviasi Dari Linearitas antara dua variabel independen (literasi keuangan dan model penerimaan teknologi) > 0,05, artinya ada hubungan linier antara keduanya.

Tabel 5.
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Deviation From Linearity	Keterangan
X1	0.562	Linier
X2	0.254	Linier

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.029	.460		2.237	.027
1 Literasi Keuangan	.176	.104	.119	1.697	.092
Technology Acceptance Model	.536	.074	.511	7.282	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee PayLater

Berdasarkan tabel 6. Persamaan regresi penelitian ini diformulasikan menjadi :

$$Y = 1.029 + 0,176 X_1 + 0,536 X_2$$

Analisis regresi tersebut di atas menghasilkan nilai konstanta = 1,029, artinya minat memanfaatkan SPayLater akan bertambah dengan faktor sebesar 1,029 jika variabel independen ditetapkan 0. Karena koefisien regresi untuk variabel tersebut pengukuran literasi keuangan sebesar 0,176, dapat disimpulkan bahwa peningkatan satu poin pada variabel literasi keuangan akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,176 poin pada variabel pengukuran minat memanfaatkan SPayLater. Sedangkan koefisien regresi untuk variabel model penerimaan teknologi sebesar 0,536. Koefisien ini menunjukkan bahwa variabel minat memanfaatkan SPayLater akan bertambah sebesar 0,536 jika variabel model penerimaan teknologi dinaikkan satu poin.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 7.
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15.358	2	7.679	30.741	.000b
Residual	36.720	147	.250		
Total	52.078	149			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee PayLater

b. Predictors: (Constant), Technology Acceptance Model, Literasi Keuangan

Temuan yang disajikan pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai sig. < 0,05 yang menunjukkan bahwa minat menggunakan SPayLater dipengaruhi oleh literasi keuangan serta TAM secara simultan.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8.
Hasil Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543a	0.295	0.285	0.49980

a. Predictors: (Constant), Technology Acceptance Model, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee PayLater

Tabel 8 menampilkan hasilnya, mengungkapkan nilai R kuadrat 0,295 untuk koefisien determinasi. Artinya, dampak keinginan menggunakan SPayLater hanya 29,5% dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan dan TAM, sedangkan sisanya 70,5% dijelaskan oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian.

Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik T)

Tabel 9.
Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.029	0.460		2.237	0.027
1 Literasi Keuangan	0.176	0.104	0.119	1.697	0.092
Technology Acceptance Model	0.536	0.074	0.511	7.282	0.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Shopee PayLater

Sesuai dengan yang dapat ditunjukkan pada Tabel 9, berikut adalah pengaruh masing-masing variabel independen yaitu Literasi Keuangan dan TAM terhadap minat seseorang menggunakan SPayLater:

Sig. variabel Literasi Keuangan ($X_1 = 0,092 > \alpha = 0,05$). Ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Menggunakan SPayLater (Y); dan

Sig. Technology Acceptance Model ($X_2 = 0,000 < \alpha = 0,05$). Ini menunjukkan bahwa TAM berpengaruh terhadap variabel Minat Menggunakan SPayLater (Y).

SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian ini dan meninjau hasilnya, peneliti sampai pada kesimpulan bahwa model penerimaan teknologi berdampak positif dan substansial terhadap besarnya minat dalam memanfaatkan SPayLater. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya minat pelanggan dalam menggunakan suatu teknologi akan dipengaruhi oleh tingkat model penerimaan teknologi tersebut. Sedangkan literasi keuangan meningkatkan minat menggunakan SPayLater.

Untuk mengumpulkan data, peneliti dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner, artinya temuan data bersifat subyektif. Akan lebih baik jika menggunakan teknik wawancara, karena ini akan memungkinkan perolehan hasil penelitian yang lebih banyak. Peneliti kemudian hanya akan melihat beberapa variabel, seperti model penerimaan teknologi, yang terdiri dari keuntungan yang dirasakan dan tingkat kenyamanan yang dirasakan. Karena niat untuk menggunakan dipengaruhi oleh masing-masing dari empat komponen literasi keuangan, khususnya, pengetahuan umum tentang keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan investasi, maka perlu untuk menyelidiki faktor-faktor lain yang berpotensi berpengaruh pada niat untuk menggunakan. Selain itu, ruang lingkup investigasi ini dibatasi pada penggunaan metode pembayaran untuk transaksi online berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi layanan pay later. Dampak pembelian yang dilakukan dengan menggunakan metode pembayaran nanti yang berhubungan langsung dengan produk tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfaruqy, M. Z. (2022). Generasi Z dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orang Tuanya. *PSYCHE: Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Lampung*, 4, 84-95.
- Anisah, N., & Crisnata, H. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pengguna Fintech Payment OVO. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, 4, 47-60.
- Annur, C. (2020, November 03). KataData Insight. Retrieved from Gen Z Paling Sering Gunakan Shopee Pay & E-Money Untuk Bertransaksi: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/03/gen-z-paling-sering-gunakan-shopee-pay-e-money-untuk-bertransaksi>
- Annur, C. M. (2022, 09 20). Ini Situs E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Agustus 2022. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/20/ini-situs-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-agustus-2022>
- Arianti, B. F. (2021). Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya). Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Asja, H., 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 (Jakman)*, 4, 309-325. doi:<https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Dedi. (2022, Mei 05). OJK sebut literasi keuangan di Kalimantan Barat baru 36,48 persen. Retrieved from Antara Kalbar: <https://kalbar.antaranews.com/berita/513685/ojk-sebut-literasi-keuangan-di-kalimantan-barat-baru-3648-persen>
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (Tam) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Journal Iqra*, 09, 1-13.
- Giriani, A. P., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fitur Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap E-Money. *JAE : Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 6, 27.
- Hanifah, T. R., & Mukhlis, I. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan ShopeePay : Pendekatan Technology Acceptance Model. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen)*, 73.
- Indrianto, N., AN, A. N., & Hamsin, M. K. (2022). A Review of Sharia Economic Law on the Application of the Rule of Riba in Online Sales and Purchases on the Shopee and Facebook Platforms. *International Conference on Islamic and Muhammadiyah Studies (ICIMS 2022)* (pp. 145-162). Paris: Atlantis Press.
- Khofifa, A., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1, 540-554.

- Krismawintari, N. D., Komalasari, Y., Utama, I. R., Trimurti, C. P., & Junaedi, I. R. (2020). Decision Model Of Use E- Money in Covid - 19 Pandemic Situation. *Technium (Social Sciences Journal)*, 10, 280-290.
- Ltd, I.I.B. (2018). Instructors' Behavioural Intention to use Learning Management System: n Integrated TAM Perspective. *TEM Journal*, 7(3), 513-525.
- Marpaung, O. (2021). Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Fintech (OVO dan GOPAY) Terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Akuntansi & Perpajakan*, 2, 77-85.
- Natalia, N. P., Dewi , A. S., & Ujianti, N. (2022). Akibat Hukum Dari Keterlambatan Pembayaran Spaylater Bagi Pengguna E-Commerce Shope. *Jurnal Preferensi Hukum*, 3, 196-200.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7, 44-57.
- Safira, Y. A., Efni, Y., & Fitri. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Pada Masyarakat Pekanbaru (Studi Pada Investor Saham Syariah di Pekanbaru). *Jurnal Bahtera Inovasi*, 196-206
- Sampouw, C. P., & Wulandari, A. (2020). Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online "Shopee" sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen. *JCommsci (Journal Of Media and Communication Science)*, 03, 58-69.
- Suhendry, W. (n.d.). Minat Penggunaan Ovo Di Kota Pontianak Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Technology. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 06, 1-12.
- Suartana, Witami, D. A., & Wayan, I. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Blockchain. *E-Jurnal Akuntansi*, 28, 1346 - 1376.