2. LANDASAN TEORI

2.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

2.1.1 Definisi *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) secara ringkas dan kerangka teoritis yang berharga untuk mempelajari bagaimana suatu teknologi atau layanan baru persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan mempengaruhi penerimaannya (Davis, 1989). Marchelina & Pratiwi (2016), TAM merupakan model yang dikembangkan yang fokus membahas perilaku psikologis seseorang terhadap suatu objek. Selama ini model *TAM* rutin digunakan untuk mengantisipasi serapan teknologi informasi (Palumian et al., 2021). Model ini berupaya menjelaskan elemen-elemen utama yang mempengaruhi perilaku pengguna teknologi informasi dalam mengadopsi teknologi itu sendiri. Menurut Siagian et al. (2022) mengatakan bahwa dengan berkembangnya zaman, *TAM* secara bertahap berkembang dan diperluas hingga transaksi keuangan.

2.*2 Financial Literacy*

2.2.1 Definisi *Financial Literacy*

Financial Literacy adalah pengetahuan tentang konsep dasar ekonomi dan keuangan, serta

kemampuan untuk menggunakan pengetahuan itu dan keterampilan keuangan lainnya untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk kesejahteraan finansial seumur hidup (Hung et al., 2009). Selain itu, Stolper dan Walter, (2017) *financial literacy* dapat didefinisikan sebagai pengetahuan dan pemahaman tentang konsep dan risiko ekonomi dan kemampuan, motivasi, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman tersebut membuat keputusan yang efektif di berbagai skenario keuangan. *Financial literacy* sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku (Pulungan & Febriaty, 2018).

2.2.2 Indikator *Financial Literacy*

Australian Securities and Investment Commission Menyatakan, untuk mengetahui berapa besar tingkat *financial literacy* seseorang bisa digunakan suatu indikator pengetahuan, antara lain (Pulungan & Febriaty, 2018):

a) Pengetahuan seseorang terhadap nilai barang dan skala prioritas dalam hidupnya meliputi pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.
b) Penganggaran tabungan dan pinjaman, bagian ini meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
c) Mendeskripsikan cara cara untuk menghindari atau memperbaiki masalah hutang.
d) Mampu membuat pencatatan keuangan

2.3 *Perceived Ease of Use*

2.3.1 Definisi *Perceived Ease of Use*

Perceived ease of use merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem akan terbebas dari kesulitan atau usaha yang berat (Davis, 1989). Menurut Amijaya (2010) *perceived ease of use* akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. *Perceived ease of use* adalah penggunaan yang digunakan sebagai ukuran sejauh mana pengguna di masa depan memandang bahwa sistem tidak memiliki hambatan (Wang et al., 2019).

2.3.2 Indikator *Perceived Ease of Use*

Penelitian Davis (1989) mengemukakan bahwa kenyamanan sebagai salah satu komponen kemudahan penggunaan dapat diukur melalui beberapa indikator:

1. **Kemudahan dalam mempelajari teknologi dapat menjadi indikasi kemudahannya.**

   Jika individu dapat dengan cepat memahami dan mempelajari teknologi, maka dapat disimpulkan bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Sebaliknya, jika suatu teknologi sulit untuk dipelajari, kemungkinan besar teknologi tersebut juga akan sulit untuk digunakan.

2. **Jika individu menganggap teknologi mudah untuk dipahami, mereka akan cenderung menganggapnya mudah untuk digunakan.**

   Sebaliknya, jika individu membutuhkan bantuan dalam memahami teknologi, hal tersebut mungkin tidak mudah untuk digunakan. Kemudahan dalam memahami teknologi berkaitan erat dengan kemudahan dalam menggunakannya, dan persepsi individu terhadap faktor-faktor ini saling berkaitan.

3. **Ketika individu merasa bahwa teknologi memungkinkan mereka menyelesaikan tugas dengan cepat dan mudah, mereka menganggapnya ramah pengguna.**

   Di sisi lain, jika teknologi memungkinkan tugas diselesaikan dengan cepat, hal ini juga berkontribusi terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Anggapan kemudahan dalam memanfaatkan teknologi erat kaitannya dengan aspek efisiensi dan penghematan waktu sehingga membentuk persepsi kemudahan penggunaan.

4. **Individu yang menganggap teknologi mudah digunakan cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap teknologi tersebut.**

   Di sisi lain, jika seseorang merasa teknologi sulit untuk digunakan, kepercayaan mereka terhadap teknologi tersebut kemungkinan besar akan menurun. Kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam membentuk kepercayaan individu terhadap teknologi, karena hal ini mempengaruhi keyakinan dan kepercayaan mereka terhadap keandalan dan efektivitasnya.

2.4 *Perceived Usefulness*

2.4.1 Definisi *Perceived Usefulness*

Menurut Davis (1989), *Perceived Usefulness* pada sejauh mana suatu individu percaya teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. *Perceived Usefulness* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2008). *Perceived Usefulness* merupakan suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja yang akan berdampak pada peningkatan produktivitas dan efektivitas seseorang (B., D, Ginting 2017).

2.4.2 Indikator *Perceived Usefulness*

Penilaian kegunaan teknologi berdasarkan penelitian yang dilakukan Davis (1989) jika memenuhi indikator sebagai berikut:

- ***Work more quickly*** (bekerja lebih cepat), artinya dalam menggunakan teknologi individu yakin bahwa pekerjaan yang dilakukannya akan lebih cepat dengan adanya teknologi tersebut. Sebaliknya jika teknologi tidak bisa mempercepat pekerjaan maka kepercayaan individu terhadap teknologi akan menurun.
- ***Useful*** (bermanfaat), artinya individu meyakini bahwa penggunaan teknologi akan bermanfaat bagi pekerjaannya.
- ***Effectiveness*** (efektivitas) artinya dengan menggunakan teknologi, individu yakin bahwa pekerjaannya akan lebih efektif.
- ***Easier*** (lebih mudah), artinya dengan menggunakan teknologi akan menjadikan pekerjaan lebih mudah diakses, membuat individu percaya bahwa teknologi bermanfaat atau bermanfaat bagi dirinya.
- ***Performance*** (kinerja) artinya ketika individu merasakan performa kerjanya meningkat ketika menggunakan teknologi ini, maka mereka akan percaya bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat bagi dirinya.

2.5 *Paylater*

2.5.1 Definisi *Paylater*

PayLater adalah metode pembayaran seperti kartu kredit di mana perusahaan aplikasi menalangi dulu pembayaran tagihan pengguna di merchant setelahnya pengguna membayar tagihan tersebut kepada perusahaan aplikasi. Untuk bisa menggunakan layanan ini pengguna akan diminta memberikan data pribadi, foto diri dan foto KTP (Farras, 2019). *Paylater* merupakan sebuah alternatif metode pembayaran yang mengadopsi sistem cicilan secara online tanpa memerlukan kartu kredit (Sari, 2020). *PayLater* yang biasanya ada di situs-situs ecommerce, tidak perlu menggunakan kartu dalam bentuk fisik (Aristanti, 2020). Ditambah lagi, proses pendaftarannya yang sangat singkat dan kilat. Sedangkan menurut Pratika et al., 2021 *paylater* merupakan metode pembayaran digital terbaru di Indonesia yang menawarkan kesempatan bagi pengguna untuk membeli produk atau layanan dan melakukan pembayarannya nanti. *Paylater* adalah kredit konsumen yang memungkinkan pengguna

membeli produk dan layanan serta membayarnya secara mencicil selama waktu tertentu alih-alih membayar seluruh jumlah di muka (Relja et al., 2023). Menurut Dhahana & Ulpah, 2023 *payLater* adalah layanan atau fitur metode pembayaran yang memungkinkan seseorang untuk dapat membeli produk dengan cicilan dalam batas tertentu tanpa menggunakan kartu kredit.

2.5.2 Indikator *Paylater*

Menurut Buana et al. (2023) variabel *paylater* dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Proses pengajuan fitur *paylater* mudah dan praktis.
2. Proses pengajuan fitur *paylater* tidak membutuhkan waktu yang lama.
3. *Paylater* menawarkan tingkat bunga yang rendah.
4. *Paylater* membantu transaksi keseharian secara online maupun offline.

2.6 *User Behavior*

2.6.1 Definisi *User Behavior*

User Behavior didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merumuskan rencana sadar untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu di masa depan (Venkatesh et al, 2008). *Use behavior* dapat diartikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2012). *User behavior* dapat didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat menggunakan mobile banking secara terus menerus atau dimasa yang akan datang (Marhaeni, 2014). *User behavior* merupakan proses pengujian suatu sistem diserahkan kepada penggunanya untuk mengetahui apakah sistem tersebut telah memenuhi harapan penggunanya dan sudah bekerja sesuai dengan harapan penggunanya atau belum (Hino, 2015). Menurut Ajzen dan Fishbein (1980) dalam Arviana (2022) niat dari individu juga dapat disebut sebagai penentu dari *user behavior*. *User behavior* teknologi sangat bergantung dari evaluasi pengguna terhadap sistem teknologi tersebut. Dalam Konteks penelitian ini, *use behavior* dapat diartikan sebagai perilaku penggunaan *paylater* atau yang dapat disebut juga sebagai *paylater usage. Use behavior* juga dapat didefinisikan sebagai intensitas pengguna dalam menggunakan mobile banking atau frekuensi seseorang selama menggunakan teknologi tersebut (Jati, 2012 dalam Irsyad et al., 2023).

2.6.2 Indikator *User Behavior*

Menurut Venkatesh et al. (2012), variabel *use behavior* dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. ***Depth of Use*** : Frekuensi penggunaan teknologi oleh pengguna
2. ***Breadth of Use*** : Tingkat peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh pengguna dari teknologi.

2.7 Hubungan Antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

2.7.1 Hubungan antara *Financial Literacy* dengan *Paylater Usage*

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Mudrikah, 2021) menunjukkan bahwa *financial literacy* berdampak signifikan terhadap penggunaan produk keuangan berbasis teknologi. Menurut Wijayanto et al. (2024) mengatakan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran *digital*. Selain itu, menurut Sutarni (2024) mengatakan bahwa Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna Shopee Paylater. Sehingga *Financial Literacy* dapat mempengaruhi cara orang berpikir untuk membuat keputusan pengelolaan keuangan yang cerdas dengan menggunakan cara yang nyaman dan menguntungkan teknologi seperti Paylater (Sutarni, 2024).

H1: *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Paylater Usage*

2.7.2 Hubungan antara *Perceived Ease of Use* dengan *Paylater Usage*

Dari penelitian yang dilakukan oleh Acelian (2021) menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan antara variabel *Perceived Ease of Use* terhadap keputusan pengguna dalam menggunakan aplikasi DANA sebagai dompet digital. Demikian juga dengan Aditya and Mahyuni (2022) yang mengatakan bahwa *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *Financial Technology* atau *Fintech.* Menurut Sigar (2016) mengatakan bahwa *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Dari hasil penelitian-penelitian diatas yang

dikumpulkan secara kolektif dapat disimpulkan bahwa kemudahan dari layanan *fintech* dan platform dompet seluler memainkan peran penting dalam menarik pengguna dan membentuk niat mereka untuk menggunakan teknologi ini (Prazadhea dan Fitriyah, 2023).

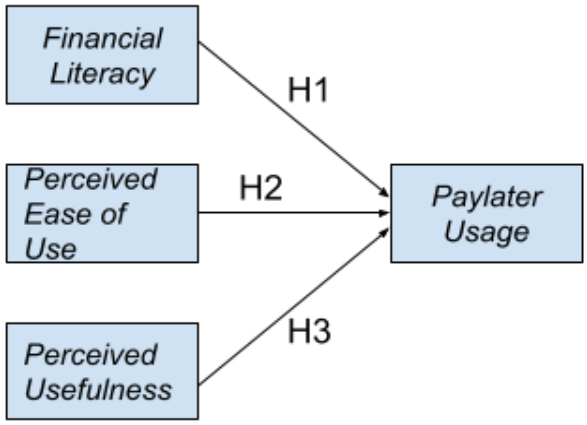
H2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Paylater Usage*

2.7.3 Hubungan antara *Perceived Usefulness* dengan *Paylater Usage*

Dari penelitian Keni et al. (2020) mengatakan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan layanan *mobile payment* di Indonesia. Sedangkan menurut Hartono et al. (2023) *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan ShopeePay di Manado. Menurut Siagian et al. (2022) menyatakan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Trust* dalam konteks platform pembayaran *digital*. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* yang dirasakan suatu teknologi berpengaruh positif terhadap penggunaan teknologi (Prazadhea dan Fitriyah, 2023).

H3: ***Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Paylater Usage***

2.8 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen, 2*, 1-8. https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873; Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3)*,* 319–339; Buana, S. A. M., Leow, J. A., Marvinson, G., Zukhrufa, A., & Keni, K. (2023). Sales promotion, live streaming, subjective norm terhadap impulsive buying dengan paylater sebagai variabel moderasi. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, *25*(2), 413-428; Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly, 36*(1), 157-178.

Kerangka penelitian di atas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yakni *financial literacy, perceived ease of use* dan *perceived usefulness*. Penelitian ini memiliki 3 hipotesis sesuai dengan arah panah yang tertera pada gambar dimana menjelaskan bahwa hipotesis dengan garis lurus (tidak putus - putus) menjelaskan mengenai dugaan hubungan langsung antar variabel.