

4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Pulau Jawa dan sudah berusia minimal 17 tahun, berstatus aktif menggunakan *paylater* dalam sebulan terakhir. Angket ini dibagikan kepada 120 responden secara online melalui whatsapp, instagram dan telegram mulai tanggal 9 Juni 2024 hingga tanggal 13 Juni 2024. Beberapa kategori responden yang diperoleh berupa jenis kelamin, usia, berapa kali transaksi dalam sebulan, *paylater* yang sering digunakan dan berdomisili di mana; sehingga dari total 120 angket yang diperoleh dari pengisian Google Form oleh responden yang tergolong valid dan dapat memenuhi kriteria adalah sebanyak 115 data.

4.1.1 Responden yang Memenuhi Kriteria

Tabel 4.1

Responden yang Memenuhi Kriteria

Kriteria	Total
Responden Total	120
Responden yang tidak tinggal di Pulau Jawa	2
Responden yang tidak menggunakan <i>paylater</i>	3
Responden yang memenuhi kriteria	115

Berdasarkan tabel 4.1 dapat ditunjukkan bahwa total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 120 responden, tetapi terdapat 5 responden yang tidak memenuhi kriteria dimana responden tidak tinggal di Pulau Jawa dan tidak menggunakan *paylater*. Maka dari hasil tersebut, responden yang memenuhi kriteria dan dapat digunakan sebagai sampel untuk penelitian ini berjumlah 115 responden.

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Total	Persentase
Laki - laki	48	41,74%
Perempuan	67	58,26%
Total	115	100%

Tabel 4.2 menunjukkan informasi terkait usia dari setiap responden. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas respondennya adalah perempuan dengan nilai persentase 58,26% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 67 orang, sedangkan responden dengan laki-laki dengan nilai 41,74% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 48 orang.

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Usia	Total	Persentase
17 - 22 tahun	24	20,87%
23 - 28 tahun	55	47,83%
29 - 34 tahun	25	21,74%
35 - 39 tahun	7	6,09%
≥ 40 tahun	4	3,48%
Total	115	100%

Tabel 4.3 menunjukkan informasi terkait usia dari setiap responden. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berada pada rentang usia 17-22 tahun dengan persentase 20,87% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 24 orang, sedangkan responden dengan jumlah dengan rentang usia 23-28 tahun memiliki persentase 47,83% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 55 orang. Responden dengan jumlah dengan rentang usia 29-34 tahun memiliki persentase 21,74% (yang dibulatkan) dengan jumlah 25 orang, sedangkan responden dengan jumlah dengan rentang usia 35-39 tahun memiliki persentase 6,09% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 7 orang. Responden dengan rentang usia lebih dari 40 tahun dengan jumlah 4 orang atau 3,48% (yang dibulatkan) dari total responden.

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan Transaksi Sebulan Terakhir

Transaksi dalam sebulan terakhir	Total	Persentase
1 - 4 kali	90	78,26%
≥ 5 kali	25	21,74%
Total	115	100%

Tabel 4.4 menunjukkan informasi terkait transaksi sebulan terakhir dari setiap responden. Tabel 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden melakukan transaksi 1-4 kali dalam sebulan terakhir dengan nilai persentase 78,26% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 90 orang, sedangkan responden dengan transaksi lebih dari 5 kali dalam sebulan terakhir dengan nilai 21,74% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 25 orang.

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan *Paylater* yang sering digunakan

Paylater yang sering digunakan	Total	Persentase
---------------------------------------	--------------	-------------------

Akulaku Paylater	8	6,96%
BCA Paylater	1	0,87%
BRI Ceria	3	2,61%
Dana Paylater	9	7,83%
GoPaylater	19	16,52%
Indodana	5	4,35%
OVO Paylater	17	14,78%
Shopee Paylater	46	40%
Traveloka Paylater	7	6,09%
Total	115	100%

Tabel 4.5 menunjukkan informasi terkait *paylater* yang sering digunakan dari setiap responden. Tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden yang menggunakan Akulaku Paylater dengan persentase 6,96% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 8 orang, sedangkan responden yang menggunakan BCA Paylater memiliki persentase 0,87% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 1 orang. Responden yang menggunakan BRI Ceria memiliki persentase 2,61% (yang dibulatkan) dengan jumlah 3 orang, sedangkan responden yang menggunakan Dana Paylater memiliki persentase 7,83% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 9 orang. Responden yang menggunakan Indodana dengan persentase 4,35% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 5 orang, sedangkan responden yang menggunakan OVO Paylater dengan persentase 14,78% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 17 orang. Responden yang menggunakan Shopee Paylater dengan persentase 40% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 46 orang. Responden yang menggunakan Traveloka Paylater dengan persentase 6,09% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 7 orang. Responden yang menggunakan GoPaylater jumlah 19 orang atau 16,52% (yang dibulatkan) dari total responden.

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan Provinsi

Provinsi	Total	Persentase
Banten	6	5,22%
Daerah Istimewa Yogyakarta	15	13,04%
Jakarta	4	3,48%
Jawa Barat	22	19,13%
Jawa Tengah	25	21,74%
Jawa Timur	43	37,39%
Total	115	100%

Tabel 4.6 menunjukkan informasi terkait provinsi dari setiap responden. Tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden berada di Banten dengan persentase 5,22% (yang dibulatkan) dari keseluruhan responden yaitu berjumlah 6 orang, sedangkan responden yang berada di Daerah Istimewah Yogyakarta memiliki persentase 13,04% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 15 orang. Responden yang berasal dari Jakarta memiliki persentase 3,48% (yang dibulatkan) dengan jumlah 4 orang, sedangkan responden yang berasal dari Jawa Barat memiliki persentase 19,13% (yang dibulatkan) yaitu berjumlah 22 orang. Responden yang berasal dari Jawa Tengah memiliki persentase 21,74% (yang dibulatkan) dengan jumlah 25 orang. Responden yang berasal dari Jawa Timur memiliki persentase 37,39% (yang dibulatkan) dengan jumlah 43 dari total responden.

4.1.2 Analisis Subjek Penelitian Melalui Tabel *Crosstab*

Tabel 4.7

Analisis *Crosstab Paylater* yang Paling Sering Digunakan oleh Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin :	Usia :	Paylater mana yang paling sering digunakan oleh responden									Total
		Akulak u Pay late r	BC A Pay late r	BRI Ceri a	Dan a Pay late r	Go Pay late r	Ind oda na	OV O Pay late r	Sho pee Pay late r	Tra vel oka Pay late r	
Total		4	0	2	4	5	0	8	20	4	47
Laki - laki	17 - 22 tahun	-	-	-	2	-	-	2	5	1	10
	23 - 28 tahun	3	-	1	1	4	-	4	7	3	23
	29 - 34 tahun	-	-	-	1	1	-	1	5	-	8
	35 - 39 tahun	-	-	1	-	-	-	1	3	-	5
	≥ 40 tahun	1	-	-	-	1	-	-	-	-	2
Total		4	1	1	5	13	5	9	26	3	67
Perempuan	17 - 22 tahun	-	-	-	1	3		1	8	1	14

	23 - 28 tahun	2	1	-	3	5	2	4	13	2	32
	29 - 34 tahun	2	-	1	1	4	3	3	3	-	17
	35 - 39 tahun	-	-	-	-	-	-	1	1	-	2
	≥ 40 tahun	-	-	-	-	1	-	-	1	-	2
Total		8	1	3	9	18	5	17	46	7	114

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan dengan Shopee Paylater yang sering digunakan sebanyak 26 orang. Rentang usia dari responden perempuan terbanyak adalah usia 23 - 28 tahun dengan jumlah 32 orang. Tabel 4.7 juga menunjukkan informasi terkait responden laki-laki dengan Shopee Paylater yang sering digunakan sebanyak 20 orang dan rentang usia 23 - 28 tahun sebanyak 23 orang. Sedangkan sebaliknya *paylater* yang paling sedikit digunakan oleh responden perempuan adalah BCA Paylater dan BRI Ceria yang dimana masing-masing sebanyak 22 orang. Rentang usia dari responden perempuan paling sedikit adalah usia 35-19 tahun dan lebih dari 40 tahun dengan jumlah masing-masing 2 orang. Tabel 4.7 juga menunjukkan informasi terkait responden laki-laki dengan BCA Paylater dan Indodana tidak pernah digunakan dan rentang usia paling sedikit adalah usia lebih dari 40 tahun sebanyak 2 orang.

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi menurut *Paylater* yang Paling Sering Digunakan oleh Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Berapa kali transaksi dalam sebulan terakhir dan Usia

Usia :	Jenis Kelamin :	Berapa kali Anda bertransaksi menggunakan	Paylater mana yang sering Anda gunakan?								
			Akulaku Paylater	BCA Paylater	BRI Ceria	Dana Paylater	GoPaylater	Indodana	OVO Paylater	Shopee Paylater	Traveloka Paylater

		<i>paylater</i> dalam sebulan terakhir ?									
≥ 40 tahun	Laki - laki	≥ 5 kali				1					
	Laki - laki	1 - 4 kali	1								
	Perempuan	≥ 5 kali				1					
	Perempuan	1 - 4 kali							1		
17 - 22 tahun	Laki - laki	1 - 4 kali				2			2	5	1
	Perempuan	≥ 5 kali							1	1	
	Perempuan	1 - 4 kali				1	3			7	1
23 - 28 tahun	Laki - laki	≥ 5 kali	1		1				1	1	
	Laki - laki	1 - 4 kali	2			1	4		3	6	3
	Perempuan	≥ 5 kali	1			2		1	1	3	
	Perempuan	1 - 4 kali	1	1		1	5	1	3	10	2
29 - 34 tahun	Laki - laki	≥ 5 kali					1			2	
	Laki - laki	1 - 4 kali				1			1	3	
	Perempuan	≥ 5 kali	2					2	1		
	Perempuan	1 - 4 kali			1	1	4	1	2	3	

35 - 39 tah un	Laki - laki	1 - 4 kali			1				1	3	
	Perem puan	≥ 5 kali								1	
	Perem puan	1 - 4 kali							1		

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa jumlah responden dengan usia lebih dari 40 tahun dan merupakan laki-laki yang menggunakan GoPaylater lebih dari 5 kali dalam sebulan ada 1 orang dan menggunakan Akulaku Paylater kurang dari 4 kali dalam sebulan ada 1 orang. Selain itu responden perempuan dengan usia lebih dari 40 tahun yang menggunakan GoPaylater lebih dari 5 kali dalam sebulan ada 1 orang dan menggunakan Shopee Paylater kurang dari 4 kali dalam sebulan ada 1 orang. Responden dengan usia 35-39 tahun dan merupakan laki-laki yang menggunakan BRICeria lebih kurang dari 4 kali dalam sebulan ada 1 orang, OVO Paylater 1 orang dan Shopee Paylater ada 1 orang. Selain itu responden perempuan dengan usia 35-39 tahun yang menggunakan Shopee Paylater lebih dari 5 kali dalam sebulan ada 1 orang dan menggunakan OVO Paylater kurang dari 4 kali dalam sebulan ada 1 orang. Responden dengan usia 29-34 tahun dan merupakan laki-laki yang menggunakan BRICeria lebih kurang dari 4 kali dalam sebulan ada 1 orang, OVO Paylater 1 orang dan Shopee Paylater ada 1 orang. Selain itu responden perempuan dengan usia 29-34 tahun yang menggunakan Akulaku Paylater lebih dari 5 kali dalam sebulan ada 2 orang dan menggunakan OVO Paylater 1 orang, responden perempuan kurang dari 4 kali dalam sebulan yang menggunakan BRICeria, Dana Paylater dan Indodana ada 1 orang selain itu yang menggunakan GoPaylater ada 4 orang, OVO Paylater ada 2 orang dan Shopee Paylater ada 3 orang. Responden laki-laki yang berusia 23-28 tahun yang menggunakan lebih dari 5 kali dalam sebulan menggunakan Akulaku Paylater, BRICeria, OVO Paylater dan Shopee Paylater masing-masing 1 orang dan responden laki-laki yang berusia 23-28 tahun yang menggunakan kurang dari 5 kali dalam sebulan menggunakan Akulaku Paylater ada 2 orang, Dana Paylater ada 1 orang, GoPaylater ada 4 orang, OVO Paylater ada 3 orang, Shopee Paylater ada 6 orang dan Traveloka Paylater ada 3 orang. Sedangkan responden perempuan yang menggunakan lebih dari 5 kali dalam sebulan menggunakan Akulaku Paylater, Indodana dan OVO Paylater masing-masing 1 orang selain itu Dana Paylater ada 2 orang serta Shopee Paylater ada 3 orang dan yang kurang dari 5 kali dalam sebulan menggunakan Dana Paylater 1 orang, GoPaylater 3 orang, Shopee Paylater 7 orang dan Traveloka Paylater 1 orang. Responden laki-laki yang berusia 17 - 22 tahun yang menggunakan kurang dari 5 kali dalam

sebulan menggunakan Dana Paylater ada 2 orang, OVO Paylater ada 2 orang, Shopee Paylater 5 orang dan Traveloka Paylater ada 1 orang. Sedangkan responden perempuan yang menggunakan lebih dari 5 kali dalam sebulan menggunakan OVO Paylater dan Shopee Paylater masing-masing 1 orang dan yang kurang dari 5 kali dalam sebulan menggunakan Akulaku Paylater, BCA Paylater, Dana Paylater dan Indodana masing-masing 1 orang, GoPaylater 5 orang, Shopee Paylater 10 orang dan Traveloka Paylater 2 orang.

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Analisis Deskriptif *Financial Literacy*

Tabel 4.9

Analisis Deskriptif *Financial Literacy*

Item	Pernyataan	Mean	Standar deviasi	Keterangan
FL1	Saya memahami nilai barang dan skala prioritas untuk mengatur keuangan pribadi dengan baik.	3,843	0,850	Tinggi
FL2	Saya memahami penganggaran tabungan dan pinjaman dengan baik.	3,974	0,879	Tinggi
FL3	Saya mengetahui cara untuk memperbaiki masalah hutang dengan baik.	3,904	0,865	Tinggi
FL4	Saya mampu membuat pencatatan keuangan pribadi dengan baik.	3,704	0,978	Tinggi
Mean Financial Literacy		3,856		Tinggi

Mean tertinggi dari item FL2 yang memiliki nilai 3,974 dengan pernyataan “Saya memahami penganggaran tabungan dan pinjaman dengan baik” yang artinya mayoritas responden memahami tentang penganggaran tabungan dan pinjaman dengan baik. Mean terendah dari item FL4 yang memiliki nilai 3,704 dengan pernyataan “Saya mampu membuat

pencatatan keuangan pribadi dengan baik”. Nilai ini dikategorikan tinggi. Secara keseluruhan, nilai *mean* yang diperoleh variabel *financial literacy* dikategorikan tinggi, yaitu 3,856. Hasil ini menandakan bahwa para responden mayoritas memiliki pemahaman tentang *financial literacy* yang tinggi.

4.2.2 Analisis Deskriptif *Perceived Ease of Use*

Tabel 4.10

Analisis Deskriptif *Perceived Ease of Use*

Item	Pernyataan	Mean	Standar deviasi	Keterangan
PEOU1	Saya merasa penggunaan <i>paylater</i> mudah untuk dipelajari	4,026	0,849	Tinggi
PEOU2	Saya merasa penggunaan <i>paylater</i> mudah untuk dipahami	3,722	0,938	Tinggi
PEOU3	Saya merasa penggunaan <i>paylater</i> mudah untuk digunakan	3,730	0,750	Tinggi
PEOU4	Saya merasa penggunaan <i>paylater</i> mudah untuk dipercaya	3,539	0,897	Tinggi
Mean <i>Perceived Ease of Use</i>		3,754		Tinggi

Mean tertinggi dari item PEOU1 yang memiliki nilai 4,026 dengan pernyataan “Saya merasa penggunaan *paylater* mudah untuk dipelajari” yang artinya mayoritas responden mengalami penggunaan *paylater* mudah untuk dipelajari dengan baik. *Mean* terendah dari item PEOU4 yang memiliki nilai 3,539 dengan pernyataan “Saya merasa penggunaan *paylater* mudah untuk dipercaya”. Nilai ini dikategorikan tinggi. Secara keseluruhan, nilai *mean* yang diperoleh variabel *perceived ease of use* dikategorikan tinggi, yaitu 3,754. Hasil ini menandakan bahwa para responden mayoritas mengalami *perceived ease of use* terhadap *paylater usage* yang tinggi.

4.2.3 Analisis Deskriptif *Perceived Usefulness*

Tabel 4.11

Analisis Deskriptif *Perceived Usefulness*

Item	Pernyataan	Mean	Standar deviasi	Keterangan
PU1	Saya merasa transaksi menggunakan <i>paylater</i> akan lebih cepat.	4,026	0,774	Tinggi
PU2	Saya merasa transaksi menggunakan <i>paylater</i> akan lebih bermanfaat.	3,757	0,910	Tinggi
PU3	Saya merasa transaksi menggunakan <i>paylater</i> akan lebih efektif.	3,809	0,790	Tinggi
PU4	Saya merasa transaksi menggunakan <i>paylater</i> akan lebih mudah.	3,783	0,883	Tinggi
PU5	Saya merasa performa bertransaksi menggunakan <i>paylater</i> akan membuat kinerja lebih bermanfaat.	3,661	0,864	Tinggi
Mean <i>Perceived Usefulness</i>		3,807		Tinggi

Mean tertinggi dari item PU1 yang memiliki nilai 4,026 dengan pernyataan “Saya merasa transaksi menggunakan *paylater* akan lebih cepat” yang artinya mayoritas responden mengalami transaksi yang lebih cepat bila menggunakan *paylater*. *Mean* terendah dari item PU5 yang memiliki nilai 3,661 dengan pernyataan “Saya merasa performa bertransaksi menggunakan *paylater* akan membuat kinerja lebih bermanfaat.”. Nilai ini dikategorikan tinggi. Secara keseluruhan, nilai *mean* yang diperoleh variabel *perceived usefulness* dikategorikan tinggi, yaitu 3,807. Hasil ini menandakan bahwa para responden mayoritas mengalami *perceived usefulness* terhadap *paylater usage* yang tinggi.

4.2.4 Analisis Deskriptif *Paylater Usage*

Tabel 4.12

Analisis Deskriptif *Paylater Usage*

Item	Pernyataan	Mean	Standar deviasi	Keterangan
PUS1	Saya sering menggunakan <i>paylater</i> untuk berbelanja selama 1 bulan terakhir.	3,913	0,900	Tinggi
PUS2	Saya mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama menggunakan <i>paylater</i> .	3,791	0,880	Tinggi
PUS3	Saya merasa proses pengajuan fitur <i>paylater</i> mudah dan praktis	3,913	0,890	Tinggi
PUS4	Saya merasa proses pengajuan fitur <i>paylater</i> tidak membutuhkan waktu yang lama	3,800	0,826	Tinggi
PUS5	Saya merasa <i>paylater</i> menawarkan tingkat bunga yang rendah	3,583	1,047	Tinggi
PUS6	Saya merasa <i>paylater</i> membantu transaksi keseharian secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>	3,861	0,922	Tinggi
Mean <i>Paylater Usage</i>		3,810		Tinggi

Mean tertinggi dari item PUS1 dan PUS3 yang memiliki nilai masing 3,913 dengan pernyataan “Saya sering menggunakan *paylater* untuk berbelanja selama 3 bulan terakhir” dan “Saya merasa proses pengajuan fitur *paylater* mudah dan praktis” yang artinya mayoritas responden sering menggunakan *paylater* selama 3 bulan terakhir dan merasa proses pengajuan fitur *paylater* mudah dan praktis . Mean terendah dari item PUS5 yang memiliki nilai 3,583

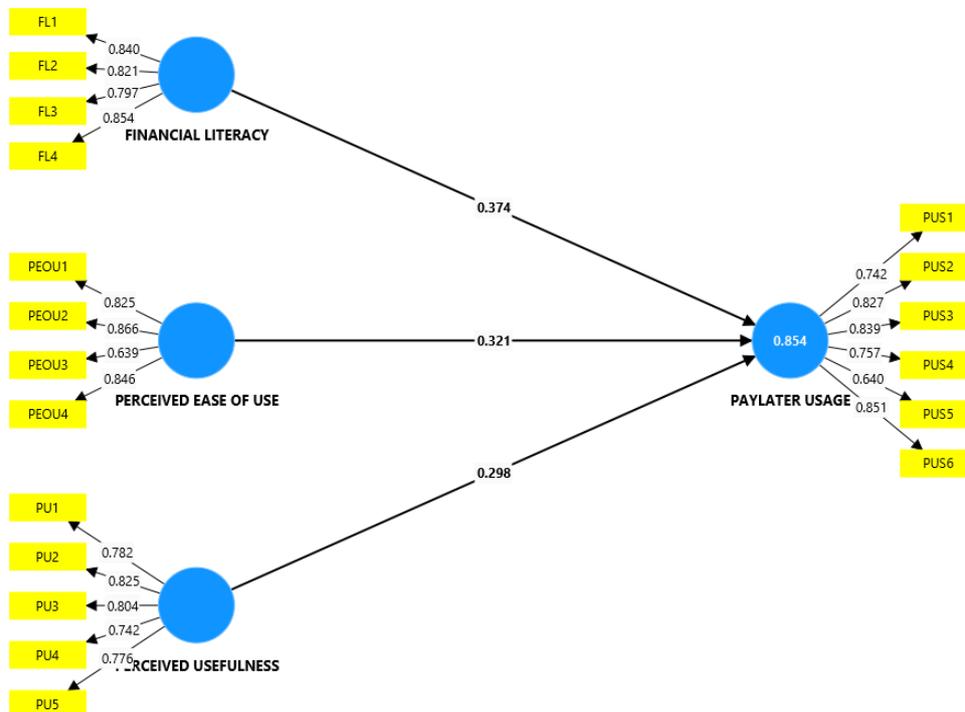
dengan pernyataan “Saya merasa *paylater* menawarkan tingkat bunga yang rendah”. Nilai ini dikategorikan tinggi. Secara keseluruhan, nilai *mean* yang diperoleh variabel *paylater usage* dikategorikan tinggi, yaitu 3,810. Hasil ini menandakan bahwa para responden menunjukkan tingkat *paylater usage* yang tinggi.

4.3 Analisis Model *Partial Least Square* (PLS)

4.3.1 Evaluasi *Outer Model*

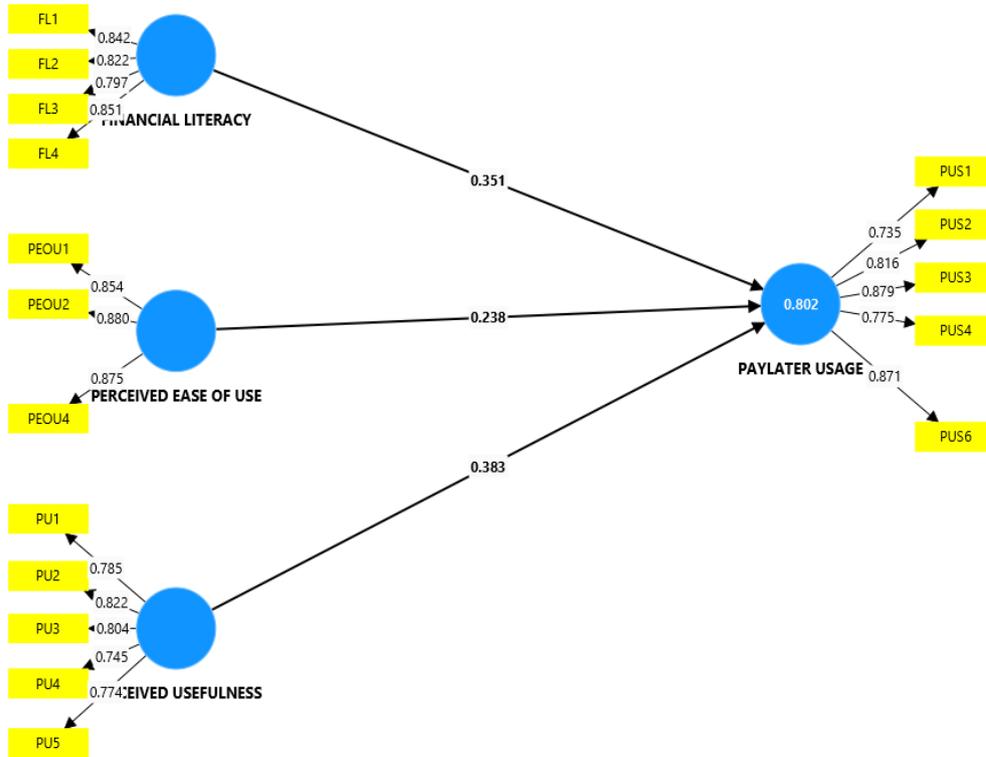
4.3.1.1 *Convergent Validity*

Convergent validity merupakan tahap pertama dalam uji *outer model*. Pada *convergent validity*, hasil validitas data dapat terlihat melalui nilai dari *outer loading* dimana di dalam penelitian ini memiliki batas nilai *outer loading* >0,5 dan AVE >0,5 sehingga pengukuran validitas dapat diterima dan dianggap valid (Hair et al., 2014, p.605). Uji validitas diukur dengan diukur menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE) dengan tujuan untuk menguji validitas dari suatu indikator.



Gambar 4.1

Uji *Convergent Validity* sebelum reduksi



Gambar 4.2

Uji *Convergent Validity* sesudah reduksi

Tabel 4.13

Nilai *Outer Loading* dan AVE sebelum reduksi

Variabel dan Nilai AVE	Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>	Keterangan
Financial Literacy (FL) 0.686	FL1	0,840	Valid
	FL2	0,821	Valid
	FL3	0,797	Valid
	FL4	0,854	Valid

Perceived Ease Of Use (PEOU) 0.638	PEOU1	0,825	Valid
	PEOU2	0,866	Valid
	PEOU3	0,639	Tidak Valid
	PEOU4	0,846	Valid
Perceived Usefulness (PU) 0.618	PU1	0,782	Valid
	PU2	0,825	Valid
	PU3	0,804	Valid
	PU4	0,742	Valid
	PU5	0,776	Valid
Paylater Usage (PUS) 0.608	PUS1	0,742	Valid
	PUS2	0,827	Valid
	PUS3	0,839	Valid
	PUS4	0,757	Valid
	PUS5	0,640	Tidak Valid
	PUS6	0,851	Valid

Dari tabel 4.13 dapat dilihat, nilai *outer loading* masih belum memenuhi persyaratan karena ada indikator < 0.70. Maka selanjutnya harus dilakukan reduksi terhadap variabel indikator yang dibawah nilai persyaratan yaitu indikator PEOU3 dan PUS5.

Tabel 4.14

Nilai *Outer Loading* dan AVE setelah reduksi

Variabel dan Nilai AVE	Indikator	Nilai <i>Outer Loading</i>	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (FL) 0,686	FL1	0,842	Valid
	FL2	0,822	Valid
	FL3	0,797	Valid
	FL4	0,851	Valid
<i>Perceived Ease Of Use</i> (PEOU) 0,668	PEOU1	0,854	Valid
	PEOU2	0,880	Valid
	PEOU4	0,875	Valid
<i>Perceived Usefulness</i> (PU) 0,757	PU1	0,785	Valid
	PU2	0,822	Valid
	PU3	0,804	Valid
	PU4	0,745	Valid
	PU5	0,774	Valid
<i>Paylater Usage</i> (PUS) 0,619	PUS1	0,735	Valid
	PUS2	0,816	Valid
	PUS3	0,879	Valid
	PUS4	0,775	Valid
	PUS6	0,871	Valid

Tabel 4.14 Setelah reduksi menunjukkan bahwa *outer loading* dari setiap item indikator berada pada skor >0,5 sehingga dari hasil tabel tersebut menjelaskan bahwa setiap item indikator valid untuk mengukur variabel laten dan sudah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh Hair et al., (2014). Tabel di atas juga menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari semua variabel memiliki nilai >0,5 dimana hasil analisis ini berjalan selaras dengan ketentuan dari Hair et al., (2014), yang menyatakan bahwa persyaratan minimum nilai AVE harus >0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian ini valid dan sudah memenuhi syarat minimum nilai AVE.

4.3.1.2 Discriminant Validity

Discriminant validity merupakan tahap kedua dari uji *outer model*. *Discriminant validity* dapat diukur dengan membandingkan nilai *cross loading* dari variabel laten yang dituju dengan variabel laten lainnya. Apabila nilai *cross loading* indikator pada sebuah konstruk memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan *cross loading* konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut memiliki validitas diskriminan yang baik. Adapun hasil nilai *cross loading* dari penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4. berikut :

Tabel 4.15

Nilai Cross Loading

Indikator	<i>FINANCIAL LITERACY</i>	<i>PERCEIVED EASE OF USE</i>	<i>PERCEIVED USEFULNESS</i>	<i>PAYLATER USAGE</i>	Keterangan
FL1	0,842	0,635	0,646	0,721	Valid
FL2	0,822	0,605	0,66	0,656	Valid
FL3	0,797	0,596	0,616	0,677	Valid
FL4	0,851	0,715	0,614	0,685	Valid
PEOU1	0,651	0,854	0,682	0,698	Valid

PEOU2	0,662	0,88	0,682	0,7	Valid
PEOU4	0,698	0,875	0,652	0,701	Valid
PU1	0,557	0,558	0,785	0,636	Valid
PU2	0,685	0,699	0,822	0,691	Valid
PU3	0,562	0,524	0,804	0,66	Valid
PU4	0,6	0,56	0,745	0,621	Valid
PU5	0,603	0,687	0,774	0,675	Valid
PUS1	0,643	0,679	0,644	0,735	Valid
PUS2	0,709	0,706	0,729	0,816	Valid
PUS3	0,69	0,636	0,711	0,879	Valid
PUS4	0,606	0,6	0,603	0,775	Valid
PUS6	0,722	0,659	0,713	0,871	Valid

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai *cross loading* suatu konstruk dari setiap variabel yang dituju lebih besar apabila dibandingkan dengan konstruk lainnya, contohnya seperti variabel *financial literacy* pada indikator FL1 hingga FL4 memiliki nilai *cross loading* lebih tinggi dibandingkan indikator pada variabel lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa item pengukuran atau seluruh indikator dalam penelitian ini valid dan telah memenuhi syarat uji *discriminant validity*.

4.3.1.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahap akhir dari uji *outer model*. Uji reliabilitas merupakan sebuah uji wajib yang dilakukan untuk melihat data yang didapat memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi atau tidak meskipun telah dilakukan berkali - kali pengukuran dari setiap variabelnya (Hair et al., 2019). Dalam penelitiannya, dijelaskan bahwa nilai

cronbach's alpha dan *composite reliability* harus >0,7 meskipun nilai 0,6 dapat diterima dimana suatu konstruk dapat dikatakan memiliki nilai reliabilitas tinggi apabila nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* >0,7.

Tabel 4.16

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>FINANCIAL LITERACY</i>	0,847	0,848	Realibel
<i>PAYLATER USAGE</i>	0,874	0,877	Realibel
<i>PERCEIVED EASE OF USE</i>	0,839	0,839	Realibel
<i>PERCEIVED USEFULNESS</i>	0,846	0,847	Realibel

Tabel 4.16 menunjukkan pengukuran *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Terlihat pada tabel dimana semua variabel dalam penelitian ini memiliki skor >0,7 sehingga dianggap baik dan reliabel. Oleh sebab itu, semua variabel dalam penelitian ini sudah memenuhi ketentuan uji reliabilitas yang ditetapkan oleh Hair et al., (2019).

4.3.2 Evaluasi *Inner Model*

Uji inner model digunakan untuk menggambarkan hubungan antar variabel yang dapat dijelaskan melalui :

4.3.2.1 Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Uji *inner model* dilakukan dengan melihat nilai *R-square*. Koefisien determinasi atau *R-square* digunakan untuk memprediksi seberapa besar atau kuat kemampuan variabel bebas terhadap variabel terikat. Terdapat beberapa kategori pengelompokan nilai *R-square* dimana nilai *R-square* dianggap kuat jika memiliki nilai diatas 0,67; moderat jika

memiliki nilai diatas 0,33 tetapi kurang dari 0,67; dan lemah jika memiliki nilai diatas 0,19 namun lebih rendah dari 0,33 (Ghozali, 2014, p.74). Dikatakan pula semakin tinggi nilai *R-square*, artinya semakin baik dan besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Tabel 4.17

Uji *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>	Keterangan
PAYLATER USAGE	0,802	Kuat

Nilai *R-square* dari variabel *paylater usage* adalah 0,802 artinya *payalter usage* dipengaruhi oleh variabel *financial literacy*, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* sebesar 80,2% sedangkan sisanya 19,8% dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor diluar penelitian ini, maka variabel *paylater usage* termasuk ke dalam kategori kuat.

4.3.2.2 Uji Hipotesis

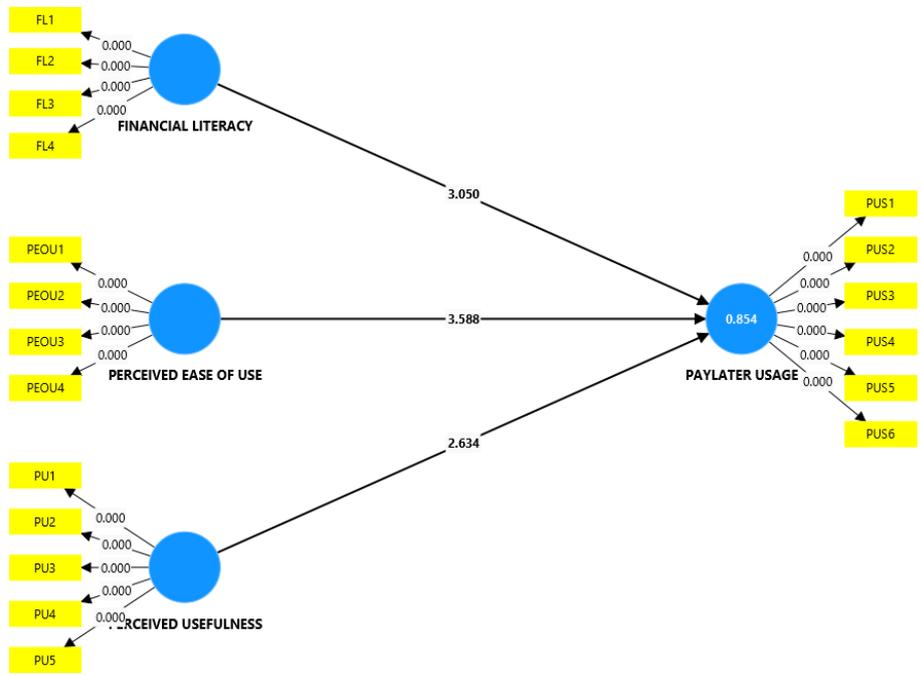
Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara berupa pernyataan yang memiliki 2 hubungan atau lebih dari variabel yang saling berhubungan, maka dari itu diperlukan adanya pembuktian dari hasil data. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* dimana penggunaan metode ini bertujuan untuk menghasilkan nilai *t-statistic* pada setiap jalur untuk menguji masing - masing hipotesis dalam sebuah penelitian. Tingkat signifikan yang dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar <0,05 dan nilai signifikan *t-statistic* sebesar >1,96 (Hair et al., 2017, p.320). Apabila ditemukan nilai *p-value* <0,05 dan nilai *t-statistic* >1,96 maka hipotesis diterima dan begitu juga sebaliknya apabila nilai *t-statistic* <1,96 maka hipotesis ditolak. Berikut merupakan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini :

Tabel 4.18

Nilai *T-Statistic*

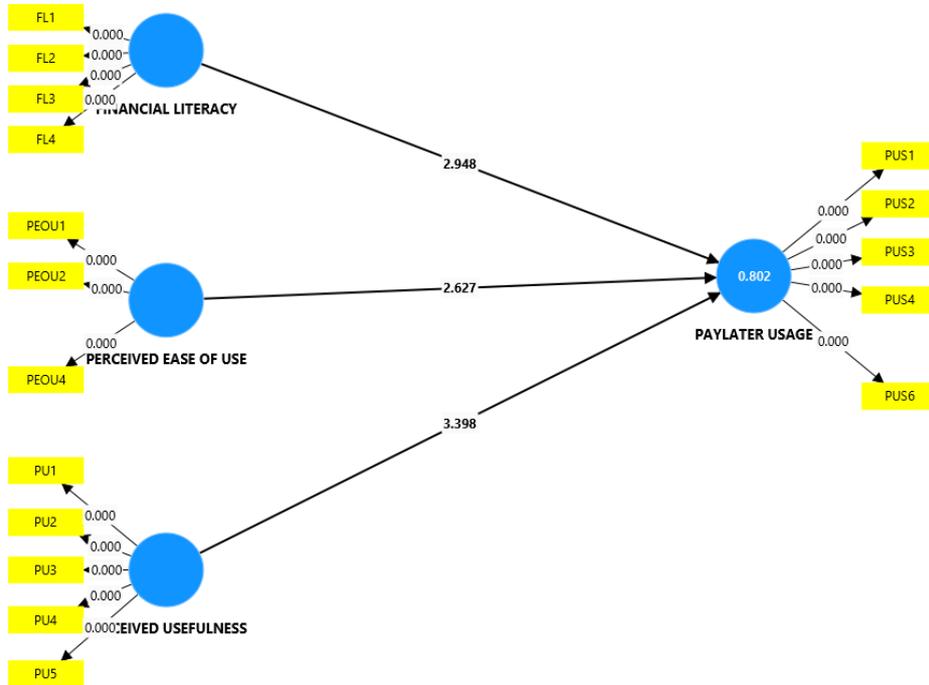
Hipotesis	Pengaruh Langsung	<i>Path Coefficient</i>	<i>T statistik</i>	<i>P values</i>	Keterangan
H1	FINANCIAL LITERACY -> PAYLATER USAGE	0,351	2,948	0,003	Signifikan
H2	PERCEIVED EASE OF USE -> PAYLATER USAGE	0,238	2,627	0,009	Signifikan
H3	PERCEIVED USEFULNESS -> PAYLATER USAGE	0,383	3,398	0,001	Signifikan

Tabel 4.18 menunjukkan hasil *inner model* dalam penelitian ini, sedangkan gambar 4. di bawah ini menunjukkan nilai *path coefficient* pada setiap jalur yang memiliki hubungan atau pengaruh antar variabel laten yang digunakan.



Gambar 4.3

Hasil Analisis *Bootstrapping* sebelum reduksi



Gambar 4.4

Hasil Analisis *Bootstrapping* sesudah reduksi

a. *Financial Literacy* (FL) terhadap *Paylater Usage* (PUS)

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan nilai *path coefficient* sebesar 0,351 maka variabel *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *paylater usage* karena memiliki nilai *p-value* <0,05 sebesar 0,003 dan nilai *t-statistic* >1,96 sebesar 2,948. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kemampuan *financial literacy* yang dimiliki oleh individu, maka semakin tinggi pula *paylater usage* individu tersebut. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H1 “*Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Paylater Usage*” dalam penelitian ini diterima.

b. *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap *Paylater Usage* (PUS)

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan nilai *path coefficient* sebesar 0,238 maka variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

paylater usage karena memiliki nilai *p-value* <0,05 sebesar 0,009 dan nilai *t-statistic* >1,96 sebesar 3,398. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi *perceived ease of use* yang dialami oleh individu, maka semakin tinggi pula *paylater usage* individu tersebut. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H2 “*Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Paylater Usage*” dalam penelitian ini diterima.

c. *Perceived Usefulness* (PU) terhadap *Paylater Usage* (PUS)

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan nilai *path coefficient* sebesar 0,383 maka variabel *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *paylater usage* karena memiliki nilai *p-value* <0,05 sebesar 0,001 dan nilai *t-statistic* >1,96 sebesar 3,398. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi *perceived usefulness* yang dialami oleh individu, maka semakin tinggi pula *paylater usage* individu tersebut. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa H3 “*Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Paylater Usage*” dalam penelitian ini diterima.

4.4 Pembahasan Penelitian

4.4.1 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa.

Setelah melakukan beberapa pengujian, penelitian ini menyajikan hasil bahwa variabel *financial literacy* memiliki pengaruh terhadap variabel *paylater usage*. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil uji hipotesis pertama yang menunjukkan nilai *t-statistics* variabel *financial literacy* terhadap variabel *paylater usage* sebesar 2,948 dan *p-value* 0,003. Hasil ini telah memenuhi syarat untuk menyatakan pengaruh antara variabel yaitu nilai *t-statistics* lebih besar daripada 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis pertama yaitu *financial literacy* terhadap *paylater usage*, diterima. Uji *path coefficient* juga menunjukkan nilai 0,351 yang menandakan adanya pengaruh positif antara variabel *financial literacy* terhadap *paylater usage*, yang dapat diambil kesimpulan bahwa individu memiliki pemahaman tentang *financial literacy* yang tinggi maka semakin tinggi juga *paylater usage* individu tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian dari Dhahana dan Ulpah (2023) serta penelitian yang dilakukan oleh Sutarni (2024) juga mengatakan bahwa *financial literacy* merupakan atribut yang sangat penting dalam penggunaan *fintech* seperti *paylater* sehingga semakin baik *financial literacy* individu maka individu akan menggunakan *paylater* dengan baik untuk pengelolaan keuangan pribadinya.

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*. *Financial literacy* yang baik sangat mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan layanan *paylater*. Sebaliknya, jika individu kurang memahami mengenai *financial literacy* dapat menyebabkan penggunaan *paylater* kurang bijak, yang dapat mengakibatkan hutang menumpuk dengan bunga yang tinggi, serta masalah keuangan lainnya. Oleh karena itu, meningkatkan *financial literacy* adalah langkah penting untuk membantu individu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, termasuk dalam penggunaan layanan *paylater*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai *mean* keseluruhan dari variabel *financial literacy* yaitu 3,856 dan termasuk kategori tinggi. Setelah melalui proses uji *outer model*, didapatkan salah satu indikator yang memiliki nilai *outer loading* tertinggi (paling mewakili) pada variabel *financial literacy* yaitu *item* FL4 dengan pernyataan “Saya mampu membuat pencatatan keuangan pribadi dengan baik”. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu mempraktekkan aspek *financial literacy* pada pencatatan keuangan pribadi dengan baik. Nilai *mean* keseluruhan dari variabel *paylater usage* yaitu 3,810 dan termasuk kategori tinggi. Setelah melalui proses uji *outer model*, didapatkan salah satu indikator yang memiliki nilai *outer loading* tertinggi (paling mewakili) pada variabel *paylater usage* yaitu *item* PUS1 dan PUS3 dengan pernyataan “Saya merasa proses pengajuan fitur *paylater* mudah dan praktis” dan “Saya sering menggunakan *paylater* untuk berbelanja selama 1 bulan terakhir”. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa individu merasakan *paylater usage* dalam membantu transaksi keseharian secara *online* maupun *offline* yang tinggi. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu merasa proses pengajuan fitur *paylater usage* mudah dan praktis dan telah menggunakan selama 1 bulan terakhir dengan baik.

4.4.2 Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa.

Setelah melakukan beberapa pengujian, penelitian ini menyajikan hasil bahwa variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap variabel *paylater usage*. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil uji hipotesis pertama yang menunjukkan nilai *t-statistics* variabel *perceived ease of use* terhadap variabel *paylater usage* sebesar 2,627 dan *p-value* 0,009. Hasil ini telah memenuhi syarat untuk menyatakan pengaruh antara variabel yaitu nilai *t-statistics*

lebih besar daripada 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis pertama yaitu *perceived ease of use* terhadap *paylater usage*, diterima. Uji *path coefficient* juga menunjukkan nilai 0,238 yang menandakan adanya pengaruh positif antara variabel *perceived ease of use* terhadap *paylater usage*, yang dapat diambil kesimpulan bahwa individu memiliki pemahaman tentang *perceived ease of use* yang tinggi maka semakin tinggi juga *paylater usage* individu tersebut.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai *mean* keseluruhan dari variabel *perceived ease of use* yaitu 3,754 dan termasuk kategori tinggi. Setelah melalui proses uji *outer model*, didapatkan salah satu indikator yang memiliki nilai *outer loading* tertinggi (paling mewakili) pada variabel *perceived ease of use* yaitu *item* PEOU1 dengan pernyataan “Saya merasa penggunaan *paylater* mudah untuk dipelajari”. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu menyatakan aspek *perceived ease of use* pada *paylater* mudah untuk dipelajari. Nilai *mean* keseluruhan dari variabel *paylater usage* yaitu 3,810 dan termasuk kategori tinggi. Setelah melalui proses uji *outer model*, didapatkan salah satu indikator yang memiliki nilai *outer loading* tertinggi (paling mewakili) pada variabel *paylater usage* yaitu *item* PUS1 dan PUS3 dengan pernyataan “Saya merasa proses pengajuan fitur *paylater* mudah dan praktis” dan “Saya sering menggunakan *paylater* untuk berbelanja selama 1 bulan terakhir”. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa individu merasakan *paylater usage* dalam membantu transaksi keseharian secara *online* maupun *offline* yang tinggi. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu merasa proses pengajuan fitur *paylater usage* mudah dan praktis dan telah menggunakan selama 1 bulan terakhir dengan baik.

Hasil hipotesis kedua dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mikael dan Rahadi (2022) yang menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *paylater usage*. Sehingga dalam konteks *paylater usage*, *perceived ease of use* memainkan peran yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan *paylater*. *Perceived ease of use* merupakan faktor yang paling utama yang dapat mempengaruhi penggunaan *paylater*. Ketika individu merasa bahwa *paylater* mudah untuk digunakan, kemungkinan besar mereka akan mencoba dan terus menggunakan *paylater* tersebut. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan terhadap *paylater usage*, dan niat untuk menggunakan di masa mendatang.

4.4.3 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Paylater Usage* pada Generasi Y dan Z di Pulau Jawa.

Setelah melakukan beberapa pengujian, penelitian ini menyajikan hasil bahwa variabel *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap variabel *paylater usage*. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil uji hipotesis pertama yang menunjukkan nilai *t-statistics* variabel *perceived usefulness* terhadap variabel *paylater usage* sebesar 3,398 dan *p-value* 0,001. Hasil ini telah memenuhi syarat untuk menyatakan pengaruh antara variabel yaitu nilai *t-statistics* lebih besar daripada 1,96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis pertama yaitu *perceived usefulness* terhadap *paylater usage*, diterima. Uji *path coefficient* juga menunjukkan nilai 0,383 yang merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap *paylater usage* yang menandakan adanya pengaruh positif antara variabel *perceived usefulness* terhadap *paylater usage*, yang dapat diambil kesimpulan bahwa individu merasakan atau mengalami manfaat dari *perceived usefulness* yang tinggi maka semakin tinggi juga *paylater usage* individu tersebut.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, nilai *mean* keseluruhan dari variabel *perceived usefulness* yaitu 3,807 dan termasuk kategori tinggi. Setelah melalui proses uji *outer model*, didapatkan salah satu indikator yang memiliki nilai *outer loading* tertinggi (paling mewakili) pada variabel *perceived usefulness* yaitu *item* PU1 dengan pernyataan “Saya merasa transaksi menggunakan *paylater* akan lebih cepat.”. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu mengatakan aspek *perceived usefulness* akan lebih cepat dalam bertransaksi menggunakan *paylater*. Nilai *mean* keseluruhan dari variabel *paylater usage* yaitu 3,810 dan termasuk kategori tinggi. Setelah melalui proses uji *outer model*, didapatkan salah satu indikator yang memiliki nilai *outer loading* tertinggi (paling mewakili) pada variabel *paylater usage* yaitu *item* PUS1 dan PUS3 dengan pernyataan “Saya merasa proses pengajuan fitur *paylater* mudah dan praktis” dan “Saya sering menggunakan *paylater* untuk berbelanja selama 1 bulan terakhir”. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa individu merasakan *paylater usage* dalam membantu transaksi keseharian secara *online* maupun *offline* yang tinggi. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu merasa proses pengajuan fitur *paylater usage* mudah dan praktis dan telah menggunakan selama 1 bulan terakhir dengan baik.

Hasil dari hipotesis ketiga dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prazadhea dan Fitriyah (2023) yang mengatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Shopee Paylater. *Perceived usefulness* sangat penting dalam mempengaruhi *paylater usage*. Ketika individu merasa bahwa *paylater usage* memberikan manfaat. Manfaat yang dapat diberikan *perceived usefulness* kepada individu yang menggunakan *paylater* seperti meningkatkan fleksibilitas keuangan dan memberikan akses mudah ke produk dan layanan, mereka lebih mungkin untuk terus menggunakan paylater.

4.5 Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan penelitian dan hasil analisis, dapat disimpulkan beberapa implikasi atau makna dari masing - masing variabel bagi pengguna dan penyedia layanan. Setiap variabel yang memiliki hasil baik dalam penelitian ini sebisa mungkin dipertahankan agar dapat memberikan dampak yang baik bagi kedua belah pihak dan untuk kemajuan dan pencapaian tujuan bersama. Analisis dan pembahasan melalui pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi pengetahuan mengenai *financial literacy* yang dimiliki individu membantu efektifitas yang tinggi dari *paylater usage* selain itu pengetahuan mengenai *financial literacy* yang tinggi dapat digunakan terhadap penilaian kredit yang lebih baik untuk mengurangi risiko gagal bayar dalam layanan *paylater*. Selain itu penyedia layanan dapat mengembangkan program edukasi keuangan untuk meningkatkan *financial literacy* di kalangan pengguna.

Selain itu berdasarkan temuan penelitian dan penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dapat membuat penggunaan layanan *paylater* meningkat dengan menambahkan fitur-fitur yang meningkatkan *perceived usefulness* layanan paylater. Dengan menambahkan fitur-fitur yang meningkatkan yang meningkatkan *perceived ease of use* layanan *paylater* juga akan meningkatkan kepuasan pengguna untuk menginvestasikan lebih banyak sumber daya dalam pengembangan fitur-fitur tersebut. Penyedia layanan dapat menggunakan survei pelanggan untuk mengukur peningkatan *perceived usefulness* setelah perubahan dilakukan. Hasil dari survei pengguna, penyedia layanan dapat digunakan untuk mengukur peningkatan *perceived usefulness* setelah perubahan dilakukan.