

# Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Penggunaan Paylater (Studi Kasus pada Gen Z di Sidoarjo) [The Influence of Convenience, Trust, and Security on Paylater Usage (Case Study on Gen Z in Sidoarjo)]

Gracilla Aisya Adi Utomo<sup>1)</sup>, Sriyono<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi: sriyono@umsida.ac.id

**Abstract.** *The purpose of this study is to investigate how Generation Z in Sidoarjo uses Paylater services in relation to convenience, trust, and security. One type of digital financial innovation that is increasingly popular, especially among young people, is Paylater. However, its growing use calls for a study on the factors that influence user interest and decisions. This research adopts a quantitative approach using a survey method distributed to Gen Z respondents in Sidoarjo. The findings indicate that all three variables contribute positively and significantly to decisions to use Paylater. This means that access to services, trust in the provider, and perceptions of digital transaction security significantly affect user decisions. This study supports previous theories and research stating that the adoption of financial technology is influenced by positive perceptions of Convenience, a sense of security, and trust in the system being used.*

**Keywords** – Paylater; Convenience; Trust; Security; Gen Z

**Abstrak.** *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana Generasi Z Sidoarjo menggunakan layanan Paylater dalam kaitannya dengan kemudahan, kepercayaan, dan keamanan. Salah satu jenis inovasi keuangan digital yang semakin digemari, terutama di kalangan anak muda, adalah Paylater. Namun, penggunaannya yang semakin meningkat memerlukan studi tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat dan keputusan pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang disebarluaskan kepada responden kalangan Gen Z yang berdomisili di Sidoarjo. Hasil menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Paylater. Artinya kemudahan akses layanan, kepercayaan terhadap penyedia layanan, serta persepsi atas keamanan transaksi digital berperan dalam meningkatkannya minat penggunaan. Hasil ini mendukung teori dan riset sebelumnya yang menyatakan bahwa adopsi teknologi keuangan sangat dipengaruhi oleh persepsi positif pengguna terhadap kemudahan, rasa aman, dan tingkat kepercayaan terhadap sistem yang digunakan.*

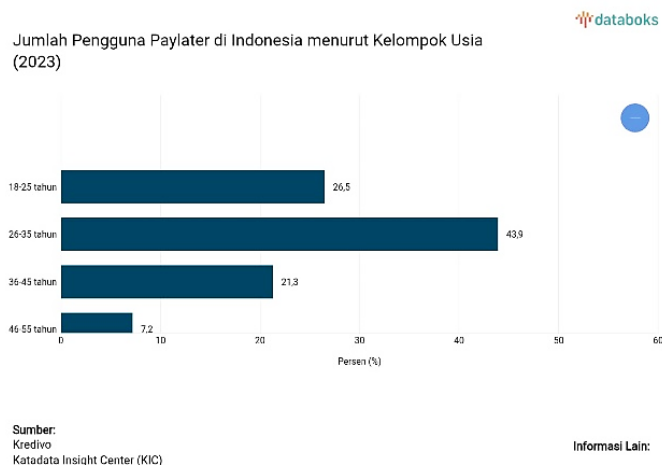
**Kata Kunci** – Paylater; Kemudahan; Kepercayaan; Keamanan; Gen Z

## I. PENDAHULUAN

Munculnya Generasi Z ini diantaranya orang yang lahir mulai dari tahun 1997 dan 2012. Generasi Z juga dikategorikan sebagai pengguna sosial media yang menghabiskan lebih dari satu jam per hari di berbagai platform digital [1]. Dengan adanya media sosial bermanfaat sebagai sarana untuk memperoleh pengetahuan, mengungkapkan dirinya, dan membangun identitas. Banyaknya masyarakat memandang bahwa Generasi Z sebagai generasi yang sudah matang dalam hal memanfaatkan teknologi, mampu beradaptasi dengan cepat terhadap situasi terkini, dan memiliki dampak signifikan terhadap budaya digital [2].

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap sejumlah industri, termasuk sektor keuangan. Munculnya teknologi finansial (*FinTech*) yang mengacu pada penerapan inovasi teknologi di bidang jasa keuangan menjadi salah satu dampaknya. *FinTech* secara umum dapat diartikan sebagai sistem digital berbasis teknologi yang mengelola atau menyediakan layanan keuangan seperti pembayaran, pinjaman, investasi dan asuransi [3]. Teknologi finansial (*FinTech*) telah mendorong sistem pembayaran digital di Indonesia menuju inovasi. Perkembangan teknologi finansial (*FinTech*) telah menciptakan berbagai solusi keuangan baru. Salah satunya adalah layanan *Buy now pay later* (BNPL) yang mengusulkan sebagai alternatif pembiayaan konsumen tanpa menggunakan kartu kredit atau pinjaman bank. Pada tahun sebelumnya terdapat konsumen menggunakan Paylater sebesar 69,4%, sebaliknya di tahun berikutnya pengguna PayLater melonjak naik hingga 70,5% untuk pembelian *online* mereka. Di Indonesia, layanan BNPL bertumbuh pesat melalui berbagai platform, seperti Gopaylater, Shopee paylater, Traveloka paylater, dan lain-lain. Berbagai platform tersebut semakin diminati Masyarakat karena memudahkan berbelanja dengan sistem beli sekarang bayar nanti. Adapun data di tahun 2023 berdasarkan hasil survei Kredivo dan KIC (Katadata Insight Center) menunjukkan bahwa Gen Z termasuk pengguna Paylater yang mendominasi sekitar 26,5% pengguna [4]. Dengan mudahnya penggunaan, banyaknya Generasi Z terjebak dalam perilaku konsumtif saat

menggunakan Paylater yang menyebabkan impulse buying. Dengan sukarela menghambur-hamburkan uangnya untuk memenuhi segala keinginan diri sendiri, bukan kebutuhan penting [5].



Gambar 1 Jumlah pengguna Paylater di Indonesia menurut kelompok usia 2023

Sumber : [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id), 2023

Faktor dari fitur Paylater pada e-commerce dapat memicu gaya hidup baru dalam berbelanja *online*. Segi positifnya, Paylater dapat menjadi jalan keluar apabila pengguna berbelanja *online* dengan membutuhkan barang secara mendadak. Mulanya, Paylater digunakan di toko *online*, akan tetapi layanan ini sekarang telah menjamah ke berbagai merchant offline, termasuk restoran, ritel, bioskop, dan lain sebagainya. Berbagai merchant offline mengajukan penawaran pilihan Paylater termasuk dalam strategi bisnis, baik melalui kemitraan maupun penyedia layanan Paylater sendiri. Berdasarkan survei, adanya alasan 58% pengguna Paylater untuk membeli kebutuhan mendesak. Adapun pengguna beralasan menggunakan Paylater untuk belanja dengan cicilan jangka pendek atau beberapa bulan sekitar 52%, adapula pengguna yang ingin meraih lebih banyak promo sebanyak 45% [6].

Nama Data	Nilai
Beli kebutuhan mendesak	58
Cicilan jangka pendek	52
Banyak promo menarik	45
Batasi pengeluaran	36
Beli barang lain	26
Sekedar coba-coba	5
Lainnya	1

Gambar 2 Alasan Paylater Jadi Tren Konsumen Saat Transaksi E-commerce

Sumber : [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id), 2022

Sebagaimana, kemudahan yang diterapkan pada perilaku konsumen daring, antar muka situs yang dianggap dapat memudahkan proses transaksi dan mudah dikelola yang kemungkinan besar akan diterima oleh konsumen. Platform ini memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan pembelian, dan kemudahan ini menjadikan Paylater pilihan yang sangat menarik, khususnya bagi pengguna yang butuh sesuatu produk pada hari itu juga [7]. Bagi

pengguna, kepercayaan juga salah satu unsur utama dalam membangun hubungan dan tindakan yang berkualitas bagi pengguna maupun penyedia layanan Paylater [8]. Kepercayaan konsumen merupakan faktor penting dalam perdagangan *online* mengandung ketidakpastian dan kemungkinan risiko [9]. Keamanan pun sangat penting bagi setiap layanan Paylater memiliki risiko yang umumnya timbul seperti penipuan dan keamanan siber [10].

Mengenai hal itu, kemudahan memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap penggunaan Paylater [11]. Tidak berbeda dengan, [12] menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan Paylater. Meskipun demikian peneliti [13] menemukan bahwa kemudahan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan Paylater. Sebagian peneliti [9] dan [14] menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan Paylater. Melainkan pada peneliti [15] memaparkan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan Paylater. Dilain pihak, adanya peneliti [16] dan [17] menemukan bahwa keamanan yang memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penggunaan Paylater. Akan tetapi, pada penelitian serupa [18] ditemukan bahwa keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan Paylater, meskipun banyaknya pengguna merasa puas dengan kemudahan transaksi, keraguan terhadap keamanan pribadi membuat sebagian pengguna berat hati untuk menggunakan fitur Paylater secara berkelanjutan.

Hasil dari berbagai penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor mempengaruhi penggunaan paylater menunjukkan adanya perbedaan antara peneliti. Untuk membedakan penelitian ini dari penelitian yang sebelumnya, peneliti mengambil celah atau gap penelitian menggunakan kesenjangan antara hasil penelitian [19]. Mengingat latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini berfokus pada pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan keamanan terhadap penggunaan Paylater di kalangan Generasi Z di Sidoarjo. Dengan semakin Tingkat pengguna Paylater, maka pentingnya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Paylater. Kemudahan akses pada penggunaan Paylater turut mendorong minat Gen Z memicu kecenderungan perilaku konsumtif. Kepercayaan terhadap penyedia layanan Paylater pun menjadi hal krusial, terutama jika dikaitkan pada transparansi pemakaian maupun keamanan. Keamanan pun turut menjadi acuan yang sangat penting bagi pengguna khususnya Gen Z, dengan adanya keamanan ini pengguna dapat mempercayai bahwa layanan Paylater tersebut sangat bagus untuk dipergunakan semua orang secara bijak.

## LITERATURE REVIEW

### Kemudahan (X1)

Persepsi mengenai seberapa mudahnya suatu teknologi digunakan didefinisikan sebagai ukuran di mana individu merasa bahwa penyedia layanan dapat dimengerti dan dioperasikan dengan gampang. Jika seseorang yakin bahwa sistem tersebut bermanfaat, maka dia akan memberikan respons positif terhadapnya dan akan memanfaatkannya. Sebaliknya, jika individu meyakini bahwa sistem informasi tidak terlalu bermanfaat, maka dia cenderung tidak akan menggunakannya. [16]

Indikator yang dipakai untuk menilai variabel ini menurut [15] mencakup : Kemudahan dalam mempelajari informasi; kemudahan dalam mendapatkan produk; kemudahan dalam bertransaksi; dan kemudahan pada kesulitan Teknik penggunaan.

### Kepercayaan (X2)

Kepercayaan merupakan pandangan deskriptif individu tentang sesuatu. Keyakinan ini muncul dari pengetahuan, pendapat, atau evaluasi mereka, yang selanjutnya memengaruhi cara mereka memandang merek serta produk. Kepercayaan dari konsumen adalah sikap positif terhadap penjual yang bersedia menghadapi risiko akibat tindakan orang lain. Semuanya berlandaskan harapan bahwa penjual akan mengambil langkah-langkah penting untuk memenuhi harapan pembeli yang telah memberikan kepercayaan kepada mereka. [20]

Menurut [9] indikator kepercayaan dapat digunakan untuk menilai pengaruh kepercayaan pada konsumen, yakni:

1. Integritas : aspek integritas berkaitan dengan kemampuan penjual dalam memberikan informasi yang tepat dan benar.
2. Benevolence : kemampuan penjual untuk menghasilkan kepuasan yang saling menguntungkan bagi baik penjual maupun pembeli.
3. Ability : kemampuan yang mencakup keterampilan dan sifat-sifat penjual atau organisasi dalam menguasai bidang tertentu.

### Keamanan (X3)

Menurut [16], keamanan informasi dapat didefinisikan sebagai serangkaian kebijakan, langkah-langkah, dan ukuran teknis yang diterapkan untuk menghindari akses tidak diperbolehkan, modifikasi sistem, serta kerusakan fisik pada sistem informasi. Dalam penelitian tersebut terdapat beberapa indikator yang diidentifikasi dalam variabel keamanan mempengaruhi pada sistem penggunaan, mencakup : Paylater terlindungi dari penipuan; Layanan Paylater menjaga keamanan data dan identitas; Tidak perlu cemas jika terjadi kesalahan teknis.

### Penggunaan Paylater (Y)

Minat untuk memanfaatkan Paylater bisa dilihat sebagai kesempatan bagi seseorang untuk belajar, menerapkan, atau menyesuaikan teknologi, khususnya Paylater, dalam kegiatan sehari-harinya [16]. Menurut [21], terdapat beberapa indikator yang diidentifikasi dalam pemanfaatan Paylater.

1. Pemahaman tentang bagaimana Paylater digunakan.
2. Tersedia pilihan merchant yang menawarkan Paylater
3. Rasa nyaman dan keterbiasaan dalam memakai Paylater
4. Menganjurkan penggunaan Paylater kepada orang lain

## II. METODE

Metode yang diterapkan pada penelitian ini yakni metode kuantitatif dengan pendekatan survei [22]. Penelitian kuantitatif pendekatan survei didefinisikan sebagai penelitian yang bertujuan untuk mengukur, menguji, dan menganalisis hubungan antar variabel dengan menggunakan data numerik (angka), yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner atau wawancara terstruktur dalam skala yang cukup besar [23]. Variabel dependen yang dipakai dalam penelitian ini mencakup penggunaan Paylater di kalangan Generasi Z, yang akan ditinjau ulang menggunakan variabel independen yakni kemudahan, kepercayaan, dan keamanan. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat kalangan generasi Z yang tinggal di Kabupaten Sidoarjo dan menggunakan Paylater. Populasi dalam penelitian ini dianggap tidak terbatas atau *infinite*, karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti generasi Z di Kabupaten Sidoarjo yang menggunakan Paylater. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode *non probability sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel telah ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yaitu,

1. Masyarakat yang memiliki KTP Sidoarjo
2. berusia minimal 18 tahun lingkup generasi Z
3. Yang sudah bekerja
4. Pernah menggunakan layanan Paylater

Penentuan jumlah sampel dapat diterapkan melalui rumus perhitungan Hair et.al [24] yaitu dengan mengalikan indikator penelitian diawali dengan angka 5 hingga 10. Berikut adalah sampel yang digunakan dalam penelitian ini :

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 10 \\
 &= 14 \times 10 \\
 &= 140 \text{ Sampel}
 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 10 kali dari jumlah indikator yang ada, sehingga menghasilkan 140 sampel dari 14 indikator yang diteliti. Para peneliti tidak akan melihat faktor sampel dengan jumlah observasi dibawah 50. selayaknya ukuran sampel yang disarankan adalah 100 atau lebih [25]. Akumulasi data dalam studi ini mengadopsi sumber data primer, yang berarti informasi tersebut diperoleh secara langsung oleh peneliti dari pihak yang menjadi subjek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dari objek penelitian dengan cara mengedarkan formulir atau angket yang dapat diisi oleh pengguna Paylater sebagai responden[22]. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial dan forum pengguna Paylater. Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan skala likert karena metode ini memberi kesempatan kepada responden untuk memberikan evaluasi terhadap item dengan menggunakan skala yang memiliki 5 hingga 7 tingkat. Skala likert berisi berbagai pernyataan yang menggambarkan sikap responden terhadap objek yang sedang dianalisis. Setiap pernyataan dievaluasi pada skala yang terdiri dari lima poin, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju [26].

Tabel 1 Skala Likert

<b>STS</b>	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	<b>1</b>
<b>TS</b>	Tidak Setuju	2
<b>N</b>	Netral	3
<b>S</b>	Setuju	4
<b>SS</b>	Sangat Setuju	5

Teknik analisis data dalam penelitian ini, menguji validitas dan reabilitas; menganalisis menggunakan SEM-PLS dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Alasan pemilihan metode ini adalah karena SEM-PLS memiliki keunggulan dalam mengolah data dengan jumlah sampel relatif kecil, data yang tidak berdistribusi normal, serta model dengan kompleksitas hubungan antar konstruk laten yang tinggi. Analisis data ini melalui dua tahap utama, yakni Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) dan Evaluasi Model Struktural (Inner Model).

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### HASIL

##### Karakteristik Responden

Proses pengumpulan data selama bulan Juli 2025 berhasil memperoleh 140 responden pengguna layanan Paylater pada kalangan Generasi Z di Sidoarjo yang siap dianalisis. Secara jenis kelamin, sebagian besar responden yang menggunakan layanan paylater yakni Perempuan (57,1%) sedangkan Laki-laki sekitar 42,9%. Usia pada kalangan generasi Z juga bervariasi, akan tetapi pengguna layanan Paylater ini mayoritas di usia 21-25 tahun mencapai 58,6%, dan diikuti oleh responden dibawah 20 tahun (23,6%). Kualifikasi pekerjaan responden mayoritas telah bekerja sebagai pekerjaan swasta (60%) dan wirausaha (17,1%). Sebagai tambahan, mayoritas responden sedang menggunakan layanan Paylater sekitar 90,7%, sementara yang tidak sedang menggunakan sebesar 9,3%. Akan tetapi untuk responden yang tidak sedang menggunakan layanan Paylater saat ini, pernah melakukan pembelian BNPL sebelumnya. Pada tabel 2 ini merinci data demografi responden lebih detail.

Tabel 2 Karakteristik Responden

<b>Demografi</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-Laki	60	42,9 %
Perempuan	80	57,1 %
<b>Usia</b>		
< 20 Tahun	33	23,6 %
21 – 25 Tahun	82	58,6 %
25 – 30 Tahun	25	17,8 %
<b>Pekerjaan</b>		
Freelancer	13	9,3 %
Karyawan Swasta	84	60,0 %
Pegawai Negeri	15	10,7 %
Tenaga Honorer	4	2,9 %
Wirausaha	24	17,1 %

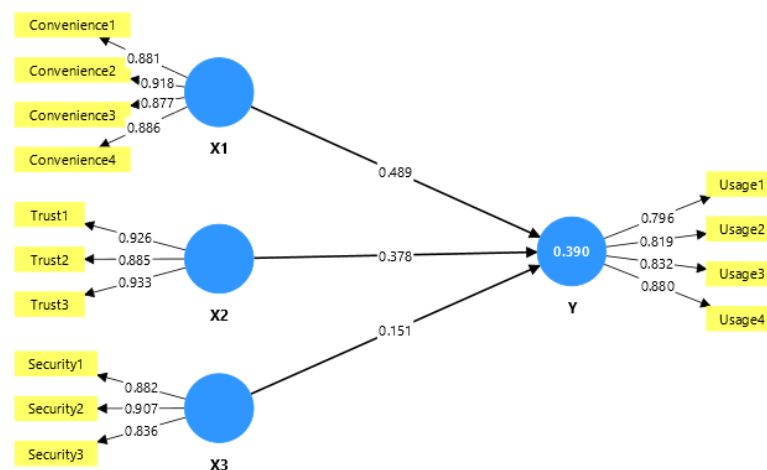
### Sedang menggunakan layanan Paylater

Tidak	13	9,3 %
Ya	127	90,7 %

Sumber : Hasil Kuesioner Gform, 2025

### Hasil Pengujian Outer Model

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Penggunaan Paylater pada Generasi Z di Sidoarjo. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares* (SEM) melalui *software* SmartPLS 4.0. Pengujian diawali dengan melakukan kalkulasi PLS algoritma (*PLS Algorithm Calculation*).



Gambar 3 Hasil Kalkulasi PLS Algorithm

Sumber : Hasil Output SmartPls 4.0, 2025

Pengujian Outer Model bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas konstruk penelitian melalui indikator-indikator yang dibentuk.

### Hasil Pengujian Validitas Konvergen

Validitas konvergen dilihat dari nilai Outer Loading dan AVE. Berdasarkan hasil pada tabel 3.1 yang telah disajikan, menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading diatas 0.70, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut valid dalam mengukur konstruk. Maupun nilai AVE dari masing-masing konstruk juga telah memenuhi kriteria  $>0.50$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk memiliki validitas konvergen yang baik.

Tabel 3.1 Nilai Outer Loading dan Ave

Konstruk	Indikator	Outer Loading	AVE
Convenience1	X1.1	0.881	0.793
Convenience2	X1.2	0.918	
Convenience3	X1.3	0.877	
Convenience4	X1.4	0.886	
Trust1	X2.1	0.926	0.837
Trust2	X2.2	0.885	
Trust3	X2.3	0.933	
Security1	X3.1	0.882	0.767
Security2	X3.2	0.907	
Security3	X3.3	0.836	
Usage1	Y1.1	0.796	
Usage2	Y1.2	0.819	0.693
Usage3	Y1.3	0.832	
Usage4	Y1.4	0.880	

Sumber : Hasil Output SmartPLS 4.0, 2025

#### Hasil Pengujian Discriminant Validity

Berdasarkan hasil pengujian *discriminant validity* dapat dilihat pada nilai *cross loading*, dimana seluruh indikator memiliki nilai loading tertinggi terhadap konstruk lain. Pada tabel 3.2, menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur secara diskriminan, sehingga validitas diskriminan dapat dinyatakan terpenuhi atau Valid.

Tabel 3.2 Hasil Cross Loading

	X1	X2	X3	Y
Convenience1	0.881	-0.142	0.125	0.402
Convenience2	0.918	-0.057	0.066	0.442
Convenience3	0.877	0.008	0.073	0.424
Convenience4	0.886	-0.066	0.008	0.417
Trust1	-0.020	0.926	0.049	0.316
Trust2	-0.099	0.885	-0.008	0.290
Trust3	-0.078	0.933	-0.022	0.335
Security1	0.054	0.025	0.882	0.176
Security2	0.088	0.015	0.907	0.192
Security3	0.051	-0.039	0.836	0.113
Usage1	0.373	0.352	0.215	0.796
Usage2	0.414	0.267	0.210	0.819
Usage3	0.397	0.209	0.114	0.832
Usage4	0.391	0.303	0.081	0.880

Sumber : Hasil Output SmartPLS 4.0, 2025

#### Hasil Pengujian Reliability

Hasil pengujian reliabilitas konstruk menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* diatas 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memenuhi kriteria realibilitas yang baik, dengan konsistensi internal yang tinggi antar indikator. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam tabel 3.3 ini **reliabel** dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 3.3 Construct Reliability

Konstruk	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho c)	Keterangan
X1	0.913	0.939	Reliabel
X2	0.902	0.939	Reliabel
X3	0.851	0.908	Reliabel
Y	0.852	0.900	Reliabel

Sumber : Hasil Output SmartPLS 4.0, 2025

### Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antar konstruk laten dan menguji hipotesis yang diajukan. Uji inner model meliputi :

#### Pengujian nilai R-Square ( $R^2$ )

Berdasarkan hasil output dari SmartPLS, nilai R-square yang disajikan pada tabel 3.4 untuk konstruk Penggunaan Paylater sebesar 0,390. Nilai ini menunjukkan bahwa 39 % variasi dalam penggunaan layanan paylater dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan, kepercayaan, dan keamanan. Sedangkan, sisanya sebesar 61 % dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Berdasarkan hasil uji nilai  $R^2$  ini, termasuk dalam kategori moderate dan menunjukkan bahwa model struktural memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik.

Tabel 3.4 Hasil R-Square

	R-square	R-square adjusted
<b>Y</b>	0.390	0.377

Sumber : Hasil Output SmartPLS 4.0, 2025

#### Path Coefficient ( $\beta$ )

*Path coefficient* atau koefisien jalur ( $\beta$ ) merupakan ukuran statistik yang menunjukkan besar dan arah pengaruh langsung dari satu variabel laten terhadap variabel laten lainnya dalam model struktural. Nilai ini diperoleh melalui analisis PLS dan digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antar konstruk dalam model penelitian. Koefisien ini bernilai antara -1 hingga +1, di mana semakin mendekati  $\pm 1$  menunjukkan hubungan yang semakin kuat, sedangkan nilai mendekati 0 menandakan pengaruh yang lemah atau tidak signifikan.

Tabel 3.5 Path Coefficient

	Y	Keterangan
<b>X1</b>	0.489	Positif
<b>X2</b>	0.378	Positif
<b>X3</b>	0.151	Positif
<b>Y</b>		

Sumber : Hasil Output SmartPLS 4.0, 2025

#### Uji Signifikansi Jalur (Bootstrapping)

Uji signifikansi jalur dalam penelitian ini dilakukan dengan metode bootstrapping melalui aplikasi SmartPLS 4, yang bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan dan kepastian hubungan antar variabel laten dalam model struktural.

Tabel 3.6 Hasil Bootstrapping

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
<b>X1 -&gt; Y</b>	0.489	0.492	0.059	8.305	0.000
<b>X2 -&gt; Y</b>	0.378	0.378	0.062	6.126	0.000
<b>X3 -&gt; Y</b>	0.151	0.157	0.064	2.371	0.018

Sumber : Hasil Output SmartPLS 4.0, 2025

Hasil bootstrapping pada tabel 3.6, menunjukkan bahwa :

- Variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Paylater dengan t-statistic = 8,305 dan p-value = 0,000.
- Variabel Kepercayaan juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan t-statistic = 6,126 dan p-value = 0,000.
- Variabel Keamanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan paylater, ditunjukkan oleh t-statistic = 2,371 dan p-value = 0,018

Karena nilai t-statistic > 1,96 dan p-value < 0,05, maka seluruh hubungan antar variabel tersebut dinyatakan signifikan pada tingkat kepercayaan 95 %.

#### Pengujian Nilai f-square ( $f^2$ )

Analisis f-square ( $f^2$ ) digunakan untuk menilai sejauh mana suatu variabel independen memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai  $R^2$  pada variabel dependen. Nilai ini merepresentasikan besar kecilnya pengaruh masing-masing konstruk dalam model struktural ketika satu variabel dikeluarkan. Mengacu pada pedoman interpretasi dari



[22],  $f^2$  diklasifikasikan menjadi tiga kategori: 0,02 untuk efek kecil, 0,15 untuk efek sedang, dan 0,35 untuk efek besar.

Tabel 7 Nilai f-square

	Y
X1	0.388
X2	0.233
X3	0.037
Y	

Sumber : Hasil Output SmartPLS 4.0, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan SmartPLS 4, ditemukan bahwa:

- Variabel Kemudahan menunjukkan nilai  $f^2$  sebesar 0,388, yang berarti memiliki pengaruh besar terhadap penggunaan Paylater.
- Variabel Kepercayaan memiliki nilai  $f^2$  sebesar 0,233, menandakan efek yang tergolong sedang.
- Sementara itu, variabel Keamanan menghasilkan nilai  $f^2$  sebesar 0,037, yang menunjukkan pengaruh yang sangat kecil dan menunjukkan kontribusi yang relatif rendah terhadap penggunaan Paylater.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemudahan adalah faktor yang memberikan kontribusi paling nyata terhadap peningkatan kecenderungan penggunaan layanan Paylater pada Gen Z di Sidoarjo.

## PEMBAHASAN

### *H1 : Kemudahan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap penggunaan Paylater*

Berdasarkan hasil analisis model struktural, diketahui bahwa Kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Paylater. Artinya, semakin mudah suatu layanan digunakan, maka semakin besar kemungkinan Gen Z di Sidoarjo untuk memanfaatkannya. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh [12], yang menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Penelitian oleh [11] juga mendukung hasil ini, menyatakan bahwa aspek kemudahan menjadi faktor kunci dalam adopsi teknologi oleh generasi muda. Secara teoritis, hasil ini menguatkan teori perilaku konsumen berbasis teknologi, dimana persepsi terhadap kemudahan menjadi salah satu determinan utama dalam penggunaan sistem informasi berbasis digital.

### *H2 : Kepercayaan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap penggunaan Paylater*

Variabel Kepercayaan juga terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap Penggunaan Paylater. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap layanan akan mendorong pengguna untuk menggunakannya. Temuan ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh [9], yang menyatakan bahwa kepercayaan diartikan sebagai elemen kunci dalam adopsi layanan keuangan digital. Senada dengan itu, penelitian oleh [14] juga menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sistem dan perlindungan data pengguna sangat memengaruhi keputusan konsumen di kalangan Gen Z dalam menggunakan layanan Paylater. Secara konseptual, hasil ini mendukung pendekatan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, dimana kepercayaan dapat memperkuat keyakinan individu terhadap hasil positif dari perilaku tertentu, dalam hal ini penggunaan sistem pembayaran berbasis pinjaman.

### *H3 : Keamanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap penggunaan Paylater*

Pada Variabel Keamanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Paylater. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat rasa aman yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan Paylater. Dengan demikian, aspek keamanan menjadi salah satu pertimbangan utama bagi Gen Z di Sidoarjo dalam menentukan penggunaan layanan tersebut. Hasil ini konsisten dengan temuan [16] yang menekankan bahwa persepsi keamanan memainkan peran penting dalam meningkatkan adopsi layanan keuangan digital. Demikian pula, studi oleh [17] menegaskan bahwa rasa aman dalam bertransaksi secara online menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan pengguna. Secara teoritis, hasil ini mendukung pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, yang menjelaskan bahwa aspek kepercayaan terhadap keamanan sistem menjadi salah satu faktor psikologis penting yang mendorong penerimaan teknologi oleh individu, terutama dalam konteks Gen Z yang aktif menggunakan layanan digital.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengujian yang sudah dianalisis, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Paylater. Semakin mudah akses, penggunaan, dan proses layanan Paylater, maka semakin tinggi minat dan intensi Gen Z di Sidoarjo untuk menggunakannya. Kepercayaan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan Paylater. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap penyedia layanan, termasuk transparansi dan keandalan sistem, menjadi aspek penting dalam keputusan penggunaan. Keamanan memberikan positif yang signifikan terhadap penggunaan Paylater. Semakin tinggi persepsi keamanan pengguna, seperti perlindungan data dan keamanan transaksi, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan ini. Nilai R-Square ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan, dan keamanan secara bersama-sama mampu menjelaskan proporsi yang cukup besar dari variabel Penggunaan Paylater, yang berarti model memiliki daya jelaskan (*explanatory power*) yang baik. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan adalah tiga faktor penting yang berperan dalam mendorong penggunaan paylater di kalangan Generasi Z, khususnya di wilayah Sidoarjo. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi penyedia layanan keuangan digital untuk terus memperbaiki aspek-aspek tersebut guna meningkatkan adopsi layanan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan dukungan pendanaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh responden dari Generasi Z di Sidoarjo yang telah berkontribusi melalui partisipasi aktif dalam pengisian kuesioner. Tak lupa, penulis menghanturkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam proses distribusi kuesioner dan analisis data, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan lancar.

Adapun jadwal penelitian ini :

*Tabel 8 Jadwal Penelitian*

No	Tahap dan Kegiatan Penelitian	Waktu (Bulan)				
		Juli 2025				Agustus 2025
		Minggu ke- 1	Minggu ke- 2	Minggu ke- 3	Minggu ke- 4	Minggu ke- 1
1	Pengajuan Judul					
2	Penyusunan Proposal					
3	Seminar Proposal					
4	Pengumpulan Data					
5	Analisis Data					
6	Penyusunan Proposal Tugas Akhir					
7	Sidang Proposal Tugas Akhir					
8	Penerbitan Artikel					

## REFERENSI

- [1] N. Evita, A. M. Prestianta, and R. A. Asmarantika, "Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia," *J. Stud. Komun. (Indonesian J. Commun. Stud.)*, vol. 7, no. 1, pp. 195–214, 2023, doi: 10.25139/jsk.v7i1.5230.
- [2] E. G. M. A. P. P. A. R. Faizal; and Zaimasuri, "Fenomena Fomo (fear of missing out) dan Konsumsi Digital di Kalangan Gen z: Studi Netnografi pada Komunitas Konsumen Trend di Tiktok," *Triwikrama J. Ilmu Sos.*, vol. 8, no. 11, pp. 40–50, 2025.
- [3] World Economic Forum & Deloitte., "The Future of Financial Services: How disruptive innovations are reshaping the way financial," [Online]. Available: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_future\\_of\\_financial\\_services.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_The_future_of_financial_services.pdf)
- [4] N. Muhammad, "Milennial dan Gen Z Mendominasi Pengguna Paylater di Indonesia," databoks.katadata.co.id. Accessed: Jul. 03, 2025. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/kependudukan/statistik/66b5d6e18dff3/milennial-dan-gen-z-mendominasi-pengguna-paylater-di-indonesia>
- [5] G. Rahmawati, E. M.-S. N. A. dan, and undefined 2022, "Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi millennial," *prosiding-old.pnj.ac.id*, Accessed: Jul. 01, 2025. [Online]. Available: <http://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5822>
- [6] C. M. Annur, "Ternyata Ini Alasan Paylater Jadi Tren Konsumen Saat Transaksi E-Commerce," databoks.katadata.co.id. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/fintech/statistik/272bb71f96be017/ternyata-ini-alasan-paylater-jadi-tren-konsumen-saat-transaksi-e-commerce>
- [7] P. Nailah Amelia, P. Arta Fidiansa, and dan Chindy Salsabilla Risa, "Fenomena Penggunaan Paylater di Kalangan Mahasiswa," *Pros. Semin. Nas.*, pp. 176–187, 2023.
- [8] T. Aulia, L. Ahluwalia, and K. Puji, "Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce Shopee di Bandar Lampung," *Strateg. Manag. Account. through Res. Technol.*, vol. 2, no. 2, pp. 58–69, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/https://doi.org/10.33365/smart.v2i2.3665>
- [9] Widya Kusuma Dewi; Detak Prapanca; Sriyono, "The Impact of Trust, Convenience, and Financial Literacy on Purchasing Decision Using Paylater (Study on Paylater Users in Greater Surabaya)," *Indones. Interdiscip. J. Sharia Econ.*, vol. 8, no. 2, pp. 1–23, 2025.
- [10] F. Octaviana, F. R. Dewi, and N. Hidayati, "Financial Literacy, Risk Perception, and Paylater Adoption: A TPB Analysis," *J. Apl. Bisnis dan Manaj.*, vol. 10, no. 2, pp. 491–502, 2024, doi: 10.17358/jabm.10.2.491.
- [11] E. A. Sugandi, S. Saberina, and A. P. Sarifiyono, "The Role of Perceived Ease of Use and Customer Engagement In Influencing Behavioural Intention to Use Traveloka Paylater," *Int. J. Business, Econ. Soc. Dev.*, vol. 4, no. 1, pp. 38–44, 2023, doi: 10.46336/ijbesd.v4i1.367.
- [12] A. Zein, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee PayLater (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)," *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Shopee PayLater*, vol. 4, no. 1, pp. 88–100, 2023.
- [13] L. Rofiah and M. A. Graciafernandy, "Persepsi dan Minat Penggunaan Aplikasi Paylater," *J. Ilm. Aset*, vol. 25, no. 1, pp. 61–69, 2023.
- [14] A. Prasetyani, M. D. Mustika, B. Sjabadhyni, N. Adira, N. R. S. B. M. Dali, and M. Nandan, "Unlocking paylater preferences: exploring gen z's trust dynamics in Indonesia and Malaysia," *Cogent Psychol.*, vol. 11, no. 1, p., 2024, doi: 10.1080/23311908.2024.2352962.
- [15] S. Budiarti, R. Hardini, P. F. Sudirdja, R. Annisa, and M. F. Hasannuddin, "The Influence of Trust and Ease of Using Paylater on Impluse Buying in Users E-Commerce," *J. Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknol.*, vol. 7, no. 2, pp. 116–128, 2024, doi: 10.33753/mandiri.v7i2.258.
- [16] M. Rizza, S. Banani, and E. Selvi, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater (Studi Kasus Pada Followers Instagram Shopee)," *J. Ilm. Wahana Pendidikan, Januari*, vol. 9, no. 1, pp. 279–289, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7527551>
- [17] Ikhdatur Nadifmutra Vinia, "Pengaruh Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran Paylater pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo Angkatan 2017-2020)," 2023. [Online]. Available: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/167638/341506.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/8314/LOEBLEIN%2C%20LUCINEIA%20CARLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y%0Ahttps://antigo.mdr.gov.br/saneamento/procees>
- [18] A. Nurfauzia, D. Jhoansyah, and R. D. M. Danial, "The Influence of Perceived Ease of Use , Risk And

- Financial Ability on Transaction Interest In Using Tiktok Paylater on Students In Sukabumi City,” *J. Islam. Econ. Bus.*, vol. 7, no. 1, 2025, [Online]. Available: <https://doi.org/10.24256/kharaj.v7i1.6753>
- [19] David Gita Roza, “Perilaku Pengguna Paylater Indonesia 2024,” in *Investor.Id*, 2024.
- [20] V. R. J. Saputra and T. Sudarwanto, “Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopeepaylatermasyarakat Kota Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, vol. 11, no. 2, p. 168, 2023.
- [21] E. Harahap, Tetty Rahmiati; Wahyun, “Pengaruh Usefulness, Perceived Risk Terhadap Niat Menggunakan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Di Labuhanbatu,” *J. Hum. Ilmu Ekon. Sos. Bisnis dan Huk.*, vol. 1, pp. 59–66, 2024.
- [22] M. Hair, J.F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS SEM)*, 3rd ed. California: SAGE Publications, Thousand Oaks, 2022.
- [23] D. Pebriantje and E. Sulaeman, “Pengaruh Persepsi Resiko dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital Shopeepay,” *Econ. Digit. Bus. Rev.*, vol. 4, no. 1, pp. 91–98, 2023.
- [24] F. Mawardani and R. Dwijayanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee,” *J. Pendidik. Tata Niaga*, vol. 9, no. 3, pp. 1455–1463, 2021.
- [25] H. S. Putri and W. P. Setiyono, “The Influence of Perceived Security , Ease of Use , and Lifestyle on the Intensity of E-wallet Use in Generation Z ( Study in the Sidoarjo Regional Community ) Pengaruh Persepsi Keamanan , Kemudahan Penggunaan , dan Gaya Hidup Terhadap Intensitas Pengguna,” pp. 1–15.
- [26] M. S. R. M. I. K. Hardani, S.Pd., M.Si; Nur Hikmatul Auliya, Grad.Cert.Biotech; Helmina Andriani, A. D. J. S. Asri Fardani, S.Si., M.Pd; Jumari UStiawaty, S.Si., M.Si; Evi Fatmi Utami, M.Farm., and M. I. K. S.Si., M.Sc; Ria Rahmatul Istiqoma, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group, 2020.

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*