

**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)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

IKHDATUN NADIFMUTRA VINIA

NIM 1705036040

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023



PERSETUJUAN PEMBIMBING
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

Lamp : 3 (Tiga) eksemplar

Hal : **Naskah Skripsi**

An. Ikhdatur Nadifmutra Vinia

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Ikhdatur Nadifmutra Vinia

Nim : 1705036040

Jurusan : S1 PERBANKAN SYARIAH

Judul : **Pengaruh Persepsi 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)**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.

NIP.197003211996031003

Semarang, 12 Oktober 2023

Pembimbing II

Muyassarrah, M.SI

NIP. 197104292016012901



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

PENGESAHAN

Skripsi saudara : Ikhdaton Nadifmutra Vinia
NIM : 1705036040
Jurusan : SI Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran PayLater pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Angkatan 2017-2020)


Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal :

15 Desember 2023


Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I (satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 15 Desember 2023

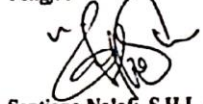
Ketua Sidang


Ana Zahrotun Nihayah, M.A.
NIP. 198907082019032018

Sekretaris Sidang


Muyassarah, M.Si.
NIP. 197104292016012901

Pengji I



Septiana Na'afi, S.H.I., M.S.I.
NIP. 198909242019032018

Pengji II





Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si.
NIP. 198607182019031007

Pembimbing I


Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 197003211996031003

Pembimbing II


Muyassarah, M.Si.
NIP. 197302172006041001

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 6)

“Trying and Praying Is The Way to Real Success”

“Susah, tapi bismillah”

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Allah SWT. Sholawat dan salam senantiasa terucapkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, yang dinantikan syafa'atnya mendatang. Atas perasaan bangga penelitian ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada orang tua, Ibu Siti Sri Purwaningsih dan Bapak Edi Hartono yang telah memberi segala upaya dan do'anya . Dan tak lupa pula seluruh keluarga besar penulis yang telah mensupport saya selama ini.
2. Dosen Pembimbing, Bapak Drs. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., serta Ibu Muyassarah, M.Si, yang sudah membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Wali Dosen Ibu Heny Yuningrum yang sudah memberi dukungan selama ini.
4. Teman-teman yang sudah menemani selama masa perkuliahan.
5. Kepada saudara Aisyah teman seperjuangan saya yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Para responden yang telah membantu penulis mengumpulkan data
7. UIN Walisongo Semarang serta seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir skripsi ini, terimakasih atas seluruh bantuan yang sudah diberikan.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ikhdatur Nadifmutra Vinia

NIM : 1705036040

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan penuh kejujuran dan rasa tanggung jawab, skripsi ini merupakan karya asli penulis, bukan tulisan dari pihak lain, tidak berisi materi orang lain yang ditulis ulang, dan tidak pernah diterbitkan di manapun. Tulisan ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali informasi yang dijadikan referensi dan rujukan dan telah dilakukan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Semarang, 25 Oktober 2023

Deklarator



Ikhdatur Nadifmutra Vinia
NIM. 1705036040

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Huruf

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	ش = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
خ = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ف = f	ر = r	

B. Bunyi

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

C. Diftong

أَي = ai

أَوْ = au

D. Syaddah (-)

di tandai dua tanda huruf, contoh الطَّب *al-thibb*

E. Kata Sandang

Seperti (... ال) al- ... contoh انصُع = *al-shina’ah*. kata (al-) ditulis dengan huruf kecil apabila tidak di awal kalimat.

F. Ta’ Marbutah (ة)

Setiap ta’ marbutah dilambangkan dengan “h” , contoh المعيشة الطبيعية = *al-ma’isyah al-thabi’iyyah*.

ABSTRAK

Digitalisasi teknologi telah berkembang pesat di era saat ini, hampir seluruh aspek kehidupan di dunia telah bergantung dengan teknologi digital. Salah satunya perusahaan *fintech* dan perusahaan *e-commerce* telah melakukan beberapa inovasi terkait alternatif layanan pembayaran yang berbasis kredit online yaitu *Paylater*. *Paylater* merupakan suatu metode pembayaran digital, yang mengusung konsep “Beli sekarang, bayar nanti” atau dengan cara angsuran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengaruh persepsi keamanan teknologi dan pengaruh lingkungan sosial terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* di aplikasi shopee. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dan memperoleh 100 sampel, dengan objek sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa *analisis regresi linier berganda* yang diolah menggunakan program statistik SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh persepsi keamanan teknologi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Paylater*, dengan nilai t hitung (5,058) > t tabel (1,984). Pada variabel lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee, dengan hasil nilai t hitung (4,906) > t tabel (1,984). Hasil secara simultan dapat dibuktikan dari nilai F hitung > F tabel, dengan nilai 64,616 > 3,09 dan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah konsep penelitian yang menghubungkan komponen-komponen terkait dengan variabel bebas (independen), sehingga besar kemungkinan ada beberapa variabel lain yang belum masuk atau belum ikut dalam kerangka konsep.

Kata kunci: Keamanan Teknologi, Lingkungan Sosial, Minat, Pembayaran Paylater, Shopee

ABSTRACT

Technology digitization has grown rapidly in the current era, almost all aspects of life in the world have depended on digital technology. One of them is fintech companies and e-commerce companies have made several innovations related to alternative payment services based on online credit, namely Paylater. Paylater is a digital payment method, which carries the concept of "Buy now, pay later" or in installments. This study aims to determine the relationship between the influence of perceived technological security and the influence of the social environment on interest in using the paylater payment method in the shopee application. The sampling technique in this study used the Non-Probability Sampling method with Purposive Sampling technique, namely the sampling technique based on certain considerations and obtained 100 samples, with the sample object being students of the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Walisongo Semarang. This study uses data analysis methods in the form of multiple linear regression analysis which is processed using the SPSS statistical program. The results of this study indicate that the variable influence of perceived technological security has a positive effect on interest in using PayLater, with a t value (5.058) > t table (1.984). The social environment variable has a positive effect on interest in using the paylater payment method in the shopee application, with the results of the t value (4.906) > t table (1.984). Simultaneous results can be proven from the value of F count > F table, with a value of 64.616 > 3.09 and a significance of 0.000 < 0.05. The limitation in this study is the research concept that connects related components with independent variables, so it is likely that there are several other variables that have not been included or have not been included in the conceptual framework.

Keywords: Technology Security, Social Environment, Interest, Paylater payment, Shopee

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas ini, dengan judul “Pengaruh Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Metode Pembayaran Paylater pada Aplikasi Shopee”. Tugas ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Program Studi Perbankan Syariah. Dalam penulisan dan penyusunan tugas ini penulis menyadari tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis dalam kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih kepada para pihak diantaranya yaitu :

1. Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini.
2. Orang Tua serta keluarga yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan do'a.
3. Bapak Prof. DR. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan selaku Pembimbing I yang telah berkenan memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Ibu Muyassarah, selaku Sekjur S1 Perbankan Syariah dan selaku Pembimbing II yang sudah memberikan arahan dan bimbingan selama penulisan Skripsi ini.
6. Ibu Heny Yuningrum S.E, M.Si., selaku ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Walisongo Semarang.
7. Seluruh Tenaga Pengajar dan Karyawan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

8. Serta Teman-teman yang telah membantu dan memberi semangat penulis untuk penyelesaian skripsi ini.

Semarang, 25 Oktober 2023

Penulis,

Ikhdatur Nadifmutra Vinia

NIM. 1705036040

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat.....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Kerangka Teori	13
2.1.1. Financial Technology (Fintech)	13
2.1.1.1. Regulasi Bank Indonesia dan OJK Terkait Fintech	13
2.1.1.2. Fintech dalam jasa Perbankan	14
2.1.1.3. Manfaat Fintech	16
2.1.2. Pembayaran Elektronik	16
2.1.3. Keamanan Teknologi	18
2.1.3.1. Aspek Keamanan Teknologi Informasi.....	20
2.1.4. Lingkungan Sosial.....	20
2.1.4.1. Faktor Lingkungan Sosial.....	22
2.1.4.2. Dimensi Pembentuk Pengaruh Sosial.....	22
2.1.4.3. Indikator Lingkungan Sosial	24
2.1.5. Minat	24
2.1.5.1. Faktor yang Mempengaruhi timbulnya Minat	26
2.1.5.2. Unsur – Unsur Minat	26
2.1.6. Shopee.....	27
2.1.7. Shopee Paylater	28

2.1.7.1. Mekanisme dan Ketentuan Sistem Pembayaran Shopee PayLater	29
2.1.8. Paylater Dalam Fiqh Muamalah	30
2.2. Penelitian Terdahulu	31
2.3. Kerangka Pemikiran	45
2.4. Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1. Definisi Operasional	48
3.1.1 Variabel dan Indikator Penelitian.....	45
3.2. Jenis Penelitian dan Sumber Data	50
3.2.1. Jenis Penelitian.....	50
3.2.2. Sumber Data.....	50
3.3. Populasi dan Sampel	50
3.3.1. Populasi	50
3.3.2. Sampel	51
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5. Skala Pengukuran	53
3.6. Teknik Analisis Data	53
3.6.1. Uji Statistik Deskriptif	53
3.6.2. Uji Kualitas Data.....	54
3.6.2.1. Uji Validitas.....	54
3.6.2.2. Uji Reliabilitas.....	54
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.3.1. Uji Normalitas	55
3.6.3.2. Uji Multikolonieritas.....	55
3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.6.4. Uji Analisis Data.....	56
3.6.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.6.5. Uji Hipotesis	57
3.6.5.1. Uji Statistik t.....	57
3.6.5.2. Uji Statistik F	57

3.6.5.3. Uji Koefisien Determinasi R^2	58
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1. Gambaran Umum FEBI Uin Walisongo	59
4.2. Deskripsi Data Penelitian dari Responden	61
4.2.1. Deskriptif Data Penelitian.....	61
4.3. Karakteristik Responden	62
4.3.1. Jenis Kelamin	62
4.3.2. Angkatan	63
4.4. Uji Instrumen.....	64
4.4.1. Uji Validitas.....	64
4.4.2. Uji Reliabilitas	65
4.5. Uji Asumsi Klasik	67
4.6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	71
4.7. Hasil Uji Hipotesis	72
4.7.1. Uji Signifikansi Parsial (T-test).....	72
4.7.2. Uji Signifikansi Simultan (F-test)	74
4.7.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75
4.8. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	76
4.8.1. Pengaruh Parsial Keamanan Teknologi Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran S-PayLater.....	76
4.8.2. Pengaruh Parsial Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran S-PayLater	77
4.8.3. Pengaruh Secara Simultan Keamanan Teknologi danLingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran S-Paylater.	78
BAB V PENUTUP	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran	80
5.3. Keterbatasan Penelitian	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Mahasiswa Febi.....	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	63
Tabel 4. 4 Hasil uji validitas keamanan teknologi (X1).....	64
Tabel 4. 5 Hasil uji validitas lingkungan sosial (X2).....	65
Tabel 4. 6 Hasil uji validitas minat menggunakan S-Paylater (Y).....	65
Tabel 4. 7 Perolehan Uji reliabilitas	66
Tabel 4. 8 Perolehan uji normalitas	67
Tabel 4. 9 Perolehan uji one-sampel kolmogorov-smirnov	68
Tabel 4. 10 Perolehan Uji multikolinieritas	69
Tabel 4. 11 Perolehan uji heterokedastisitas.....	70
Tabel 4. 12 Perolehan uji heterokedastisitas.....	70
Tabel 4. 13 Perolehan uji regresi linier berganda.....	71
Tabel 4. 14 Perolehan uji T.....	73
Tabel 4. 15 Perolehan uji F.....	74
Tabel 4. 16 Perolehan Uji R.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	45
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	87
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas X1	90
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas X2.....	91
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas Y.....	92
Lampiran 5 Uji Normalitas	93
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas.....	95
Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas	96
Lampiran 8 Uji Glejser.....	97
Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	98
Lampiran 10 Uji T	99
Lampiran 11 Uji F	100
Lampiran 12 Uji R2.....	101
Lampiran 13 Data Kuisisioner.....	102
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup.....	109

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Digitalisasi teknologi telah berkembang pesat di era saat ini, hampir seluruh aspek kehidupan di dunia telah bergantung dengan teknologi digital. Dengan adanya era digital seperti ini diharapkan mampu membuat seluruh bidang di kehidupan ini terselesaikan dengan mudah, cepat dan efisien. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan di era digital, tak terkecuali di sektor finansial. Sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian dan akan terus mengalami perkembangan seiring dengan kebutuhan masyarakat, salah satu penerapan dari digitalisasi teknologi pada bidang keuangan yang pada umumnya disebut *Fintech (Financial Technology)*. *Fintech* merupakan salah satu dari penerapan teknologi informasi di bidang keuangan yang muncul pada tahun 2004 oleh Zopa, suatu institusi keuangan di Inggris yang menjalankan jasa peminjaman uang, yang sampai saat ini sudah merambah ke berbagai jenis aplikasi dalam berbagai transaksi¹ Pada sektor keuangan penyesuaian dengan perkembangan teknologi *fintech* ini tidak hanya terjadi pada negara maju saja, melainkan sudah merambah pada negara-negara berkembang seperti Indonesia dan negara di Asia Tenggara lainnya.

Perkembangan *fintech* di Indonesia sejalan dengan berkembangnya penggunaan telepon selular dan layanan internet. Perkembangan teknologi yang semakin maju memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dalam membeli barang maupun jasa,² sebelum adanya digitalisasi teknologi orang bertransaksi dengan cara bertatap muka, tetapi seiring berjalannya waktu proses bertransaksi teralihkan dengan adanya dunia digital yang prosesnya lebih cepat, mudah dan efisien. Digitalisasi teknologi dalam dunia bisnis adalah adanya *e-commerce*. Kehadiran *e-*

¹ Otoritas jasa keuangan, "Mengenal Lembaga serta Produk dan Jasa Keuangan", <https://sikapluangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10424> (diakses pada 7 September 2023)

² Siti Nur Fatoni, Pengantar Ilmu Ekonomi (Bandung: Pustaka Setia), hlm.81.

commerce di Indonesia membuat konsumen tidak perlu lagi datang ke toko untuk berbelanja, mereka cukup dengan menggunakan *smarthphone*. Dengan kelebihan *e-commerce* yang mudah, aman, dan efisien ini membuat orang lebih sering menggunakannya, dengan begitu persaingan bisnis antar *marketplace* semakin meningkat. Penyedia layanan keuangan mengembangkan berbagai jenis produk dari *fintech*, salah satunya yaitu *Peer to Peer Lending (P2P Lending)* yang merupakan penyedia layanan jasa keuangan untuk melakukan transaksi pinjaman antara pemberi dan penerima pinjaman melalui sistem elektronik dengan jangkauan internet yang sangat luas.³ Perusahaan *fintech* dan perusahaan *e-commerce* telah melakukan beberapa inovasi terkait alternatif layanan pembayaran yang berbais kredit online yaitu *Paylater*. *PayLater* adalah salah satu produk Pinjaman *peer to peer lending*⁴ atau metode pembayaran berupa pinjaman online tanpa menggunakan kartu kredit. Dengan adanya *paylater* memungkinkan konsumen untuk berbelanja dengan membayarnya di kemudian hari. Metode pembayaran ini menjadi salah satu pilihan pembayaran di beberapa *marketplace*, salah satunya yaitu *Shopee* dengan nama *Shopee PayLater*. *Shopee* merupakan salah satu aplikasi di *marketplace*. *Shopee* adalah salah satu perusahaan start-up yang bergerak dibidang teknologi dan *e-commerce* secara online yang menawarkan berbagai produk barang maupun jasa kepada masyarakat.

Saat ini metode pembayaran *PayLater* menjadi metode pembayaran yang diminati masyarakat yang memiliki anggaran terbatas. *Shopee PayLater* sebagai fitur layanan pinjaman finansial bagi Pengguna aplikasi *Shopee*,⁵ yang merupakan hasil kerjasama PT Commerce Finance (Perusahaan Pembiayaan), PT Lentera Dana Nusantara (*Platform P2P Lending*) dan PT *Shopee International Indonesia* (“*Shopee*”). *Fintech* legal yang berada dibawah naungan PT.Lentera Dana Nusantara ini

³ Elen Chandra, “Definisi Fintech”, <https://www.finansialku.com/definisi-fintech-adalah/> (diakses pada 7 september 2023)

⁴ Nirmalapurie N.A, ‘Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Penggunaan Fitur *PayLater* Pada Aplikasi *Gojek*’, Media Luris, 2020, hlm.101 <<https://doi.org/10.20473/mi.v3il.19161>>.

⁵ PT Commerce Finance, 2021 <<https://commerce-finance.com/product.>>.

menawarkan pinjaman dana tanpa jaminan.⁶ Lentera Dana Nusantara merupakan layanan finansial berbasis teknologi yang didirikan tahun 2018 yang salah satu produknya *Shopee PayLater*, yaitu penyediaan link pinjaman yang terdapat pada platform *e-commerce Shopee* untuk memudahkan penerima pinjaman dalam membeli produk tanpa perlu membayar langsung. *ShopeePayLater* menjadi solusi finansial bagi pengguna *Shopee* tanpa jaminan dan kartu kredit.⁷

Shopee PayLater kian populer dalam memberikan keringanan berbelanja online sistem “bayar nanti”, dimana telah dirasakan oleh mayoritas pekerja yang menanti gaji dan ada kebutuhan atau keinginan yang harus segera dipenuhi, jika mereka memilih untuk membuat kartu kredit memerlukan waktu dan proses yang lama. Hal ini menjadi salah satu faktor penyebab mengapa *Shopee PayLater* sangat populer dan digemari para kaum milenial, termasuk mahasiswa. Fitur *paylater* hadir dalam skala pertumbuhan dan cakupan bisnis yang terus berkembang. Data *Fintech* Laporan pada tahun 2021 yang dirilis *Dailysocial.id*, *paylater* berada di peringkat ke-2 produk *fintech* yang dikenal masyarakat.⁸ *Paylater* semakin populer karena menawarkan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi secara online serta menjadi solusi masyarakat mengendalikan masalah keuangan. *Shopee* menjadi *platform* yang paling sering dikunjungi sepanjang tahun 2023 jauh di atas *Lazada* dan *Tokopedia* dengan total pengunjung 281.385.626.⁹ Berikut perkembangan penggunaan transaksi pembayaran *PayLater* di Indonesia selama tahun 2021-2023. Sebagaimana dalam tabel 1.1 sebagai dasar:

⁶Fintek Media, “Shopee PayLater Pinjaman Khusus Untuk Toko Online Di Shopee,” n.d. diakses pada Kamis 10 Maret 2022 pukul 10:30 WIB

⁷“Lentera Dana Nusantara,” n.d. diakses pada 10 Maret 2022 pukul 10:58 WIB

⁸<https://dailysocial.id> Diakses pada 08 Maret 2022 pukul 08:44 WIB

⁹<https://iprice.co.id> Diakses pada 03 maret 2022, pukul 09:00 wib

Tabel 1. 1 Pengguna Paylater di Indonesia (2021-2023)

Marketplace	2021	2022	2023
Shopee Paylater	75,92%	77,40%	78,56%
Lazada	34,70%	39,80%	43,09%
Tokopedia	11,62%	15,08%	20,98%
Gopaylater	27,29%	32,42%	38,02%
Akulaku	10,04%	12,50%	15,32%
Kredivo	22,97%	28,01%	35,05%
Indodana	5,67%	9,37%	11,09%
Lainnya	0%	1,02%	1,96%

Berdasarkan tabel gambar diatas dapat kita ketahui jika jumlah pengguna *Shopee Paylater* selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya metode pembayaran ini menarik perhatian masyarakat sehingga mereka tertarik menggunakan metode pembayaran *PayLater*. Meningkatnya jumlah pengguna *paylater* juga disebabkan dengan hadirnya pola kebiasaan yang baru pada saat terjadinya covid-19 yang saat itu mobilisasi masyarakat yang terbatas menyebabkan transaksi jual beli di *e-commerce* kian meningkat dan *paylater* menjadi salah satu opsi pembayaran *e-commerce*. Selain itu, ada beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa penggunaan *paylater* dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasanah Jaya Asja, Santi Susanti, dan Achmad Fauzi (2021), faktor yang mempengaruhi minat seseorang menggunakan *PayLater* adalah faktor pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan.¹⁰ Sedangkan penelitian lainnya yaitu oleh Fanny Anggraeny Putri (2021), faktor yang mempengaruhi minat keputusan pembelian menggunakan pinjaman online *Shopee PayLater* adalah faktor kepercayaan dan kemudahan.¹¹ Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sukhesy Eka

¹⁰ Asja, HJ, Susanti, S., & Fauzi, A. (2021) “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: studi kasus masyarakat DKI Jakarta”, Jurnal Akuntansi, Keuangan, Manajemen, 2(4)

¹¹Putri, FA, & Iriani, SS (2020) “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Minat

Putri, Heni Safitri, dan Dedi Hariyanto (2023), faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *PayLater* adalah faktor literasi keuangan dan faktor *technology acceptance model*.¹² Beberapa penelitian tersebut menunjukkan dari waktu ke waktu intensitas masyarakat menggunakan metode pembayaran *paylater* sebagai pilihan pembayaran karena dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berbeda.

Dengan adanya *Shopee Paylater* tentu membuat banyak mahasiswa yang penasaran dan tertarik untuk mencoba menggunakan fitur tersebut. Mengacu pada data yang ada, pembayaran menggunakan *PayLater* semakin masif untuk dilakukan, tetapi pada kenyataannya masih ada mahasiswa FEBI di UIN Walisongo Semarang yang masih enggan menggunakan *PayLater*.

Tabel 1. 2. Data Mahasiswa

Data Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang					
Angkatan 2017-2020					
Prodi	2017	2018	2019	2020	Total
S1 Ekonomi Islam	20	22	61	97	200
S1 Perbankan Syariah	26	26	72	91	215
S1 Akuntansi Syariah	11	19	44	89	163
S1 Manajemen	0	2	26	76	104
Total Mahasiswa	682				

Dari hasil survey yang dilakukan penulis sebelum melakukan penelitian, dari 20 mahasiswa, ada 11 diantaranya enggan menggunakan *PayLater* dengan alasan sebagai berikut :

1. Tidak mau memiliki tanggungan hutang
2. Menimbulkan perilaku konsumtif
3. Kurangnya literasi keuangan
4. Lebih suka membayar cash
5. Ragu dengan sistem keamanan

Paylater merupakan salah satu layanan perbankan untuk transaksi keuangan yang diberikan oleh suatu aplikasi *shopping* yang bekerja sama

Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater” Jurnal Ilmu Manajemen, 8(3), 818-828.

¹²Putri, SE, Safitri, H., & Dedi, H., (2023) “Pengaruh Literasi Keuangan dan *Technology Acceptance model* terhadap Minat menggunakan *PayLater* pada Mahasiswa”, Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen, 19(1), 64-72.

dengan bank digital yang terdapat layanan menggunakan *internet banking* di dalamnya. Akan tetapi, tingginya kebutuhan akan transaksi yang mudah, aman, dan cepat seperti *Paylater* menuntut setiap bank untuk meningkatkan pelayanannya khususnya di bidang keamanan sistem informasi. Sistem informasi dapat diterjemahkan sebagai kumpulan dari berbagai cara yang diorganisir untuk proses pengumpulan, pemasukan, pengolahan, penyimpanan, dan pengendalian data dimana akan dilaporkan guna mencapai tujuan aplikasi. Adanya realita ini pihak perbankan wajib memperhatikan keamanan teknologi dalam sistem informasi dimana hal ini merupakan komponen terpenting agar aplikasi tetap menjadi pilihan penggunaannya. Hal ini dikarenakan minat pengguna dalam menggunakan layanan *Paylater* dalam aplikasi akan tinggi apabila menurutnya keamanan teknologi dan sistem informasi di dalamnya baik.¹³

Selain sistem keamanan, minat penggunaan layanan perbankan juga di pengaruhi oleh lingkungan sosial. Lingkungan sosial adalah semua orang baik keluarga, teman, ataupun masyarakat yang dapat memengaruhi persepsi kita terhadap sesuatu.¹⁴ Secara teori, pengaruh lingkungan sosial dapat memengaruhi minat individu itu sendiri dalam menentukan suatu keputusan terutama dalam menggunakan layanan perbankan yang salah satunya adalah *Paylater*.¹⁵ Menurut Maghfiroh (2018) lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat menabung santri pesantren mahasiswi Darush Shalihah pada perbankan syariah.¹⁶ Menabung merupakan salah satu layanan perbankan sehingga lingkungan sosial dapat memengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan perbankan.

¹³ Indra Ava Dianta, Edwin Zusrony, and Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer, "Analisis Pengaruh Sistem Keamanan Informasi Perbankan Pada Nasabah Analisis of Influence of Banking Information Security System To Internet *Banking* User Customer," *Intensif* 3, no. 1 (2019): 2549–6824.

¹⁴ Wahyuning Murniati, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Lingkungan Sosial Sebagai Mediator Dalam Hubungan Religiusitas Dan Minat Menabung Mahasiswa Di Perbankan Syariah," *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 7, no. 1 (2021): 42–49, <https://doi.org/10.30997/jn.v7i1.4155>.

¹⁵ Siti Raihana and Riza Aulia, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)," *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 2, no. 2 (2020): 110, <https://doi.org/10.22373/jhibiz.v2i2.8643>.

¹⁶ Sayyidatul Maghfiroh, "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di *Bank* Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah," *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi* 7, no. 3 (2018).

Data di atas menjelaskan bahwa minat penggunaan Shopee *PayLater* masih terbilang minim. Hal tersebut merupakan yang menjadikan gap dari penelitian ini, dimana secara teori dan data berbeda, bahwasanya penggunaan *S-PayLater* memudahkan dalam hal pembayaran, namun untuk sebagian mahasiswa ini masih enggan memakai *S-PayLater*. Peluncuran fitur *PayLater* menjadi salah satu teknik marketing yang cerdas untuk menarik konsumen. Aplikasi shopee saat ini telah banyak diakses oleh mahasiswa milenial. Namun di sisilain, tidak menutup kemungkinan bahwa ada risiko dari penggunaan fitur tersebut yang nantinya akan menjadi hal buruk bagi penggunanya. Salah satu risiko dari penggunaan *S-PayLater* ini merupakan ancaman keamanan jika *PayLater* diretas dan disalahgunakan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Selain ancaman, minat menggunakan *S-Pay-Later* bisa berkurang karena orang takut untuk menggunakan, minat menggunakan fitur tersebut disebabkan oleh beberapa persepsi diantaranya keamanan. Keamanan dalam uang elektronik masih sangat rentan terhadap tindak kejahatan dan penipuan. Menjadi tantangan bagi para penerbit uang elektronik dalam menciptakan sistem keamanan yang lebih baik. Semakin baik sistem keamanan suatu produk uang elektronik, semakin percaya pula masyarakat dalam menggunakannya.

Dari paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan itu salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menggunakan *PayLater*. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu teknologi, maka masyarakat semakin berminat untuk menggunakan fitur tersebut. Hal tersebut bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hananda Linuwih (2022) yang dilakukan di D.I Yogyakarta dengan objek mahasiswa di Yogyakarta, mengungkapkan bahwa faktor keamanan teknologi tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *PayLater*,¹⁷ dengan hasil responden, tabulasi data Spss menjelaskan bahwa nilai T statistic keamanan teknologi terhadap minat penggunaan *Paylater* sebesar 1.038, sehingga $T < 1.96$. Bahwa itu tidak berpengaruh karena Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa keamanan tekonologi tidak mempengaruhi mahasiswa

¹⁷ Linuwih, H., "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan PayLater", (2022), hal. 77

Yogyakarta terhadap minat dalam menggunakan *paylater*. Sehingga dapat diindikasikan bahwa mahasiswa di Yogyakarta tidak berminat menggunakan *Paylater* karena mereka merasa kurang atau tidak yakin pada perlindungan keamanan *Paylater*. Tingkat kekhawatiran keamanan pengguna dianggap tinggi karena penggunaan *paylater* merupakan transaksi keuangan dimana pengguna sensitif dalam hal tersebut. Pengguna akan merasa tidak aman apabila harus mengirimkan informasi pribadinya kepada provider *paylater* seperti misalnya nomor handphone, nama, ataupun email lebih lagi karena Indonesia sebagai negara berkembang maka konsumen Indonesia lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi baru. Karena sebelumnya konsumen Indonesia sudah terbiasa bertransaksi secara offline atau cash. Ketika konsumen bertransaksi menggunakan cash segala bentuk resiko ditanggung oleh konsumen itu sendiri. Apalagi sekarang ini kejahatan *cyber crime* kerap terjadi dengan memanfaatkan kelemahan pelanggan dan mengambil celah sehingga pelaku secara illegal dapat mengambil informasi dan data pribadi pelanggan dan menggunakannya untuk keuntungannya sendiri. Hal-hal tersebutlah yang menjadi faktor penyebab keamanan teknologi mempengaruhi minat menggunakan *paylater*.

Penelitian oleh Habatillah Hinati (2019) untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* pada aplikasi *Paytren* pada masyarakat Jakarta, mengungkapkan bahwa variabel keamanan tidak memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik.¹⁸ Bahwa hasil responden, tabulasi data Spss menjelaskan bahwa uji T dimana nilai hitung untuk keamanan teknologi sebesar 1.468 sedangkan T tabel sebesar 1.985, maka dapat diketahui $T_{hitung} < T_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $0,145 > 0,05$. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keamanan tidak mempengaruhi terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah di masyarakat DKI Jakarta. Yang dapat diartikan,

¹⁸ Habatillah Hinati, 'Pengaruh Social, Kemudahan, *Kepercayaan*, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat DKI Jakarta', 2019, hlm.95-99.

keamanan tidak memiliki ketertarikan dengan jaminan keamanan serta kerahasiaan data dengan minat menggunakan uang elektronik syariah.

Selain faktor keamanan, pengaruh sosial juga memiliki andil besar dalam mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan. Pengaruh sosial yakni dukungan pribadi dari luar maupun pengaruh yang dapat merubah tindakan serta keyakinan individu sehingga memicu seseorang dalam pemakaian suatu teknologi maupun menggunakan sistem baru. Pengaruh sosial ditunjukkan dari besarnya dukungan teman, rekan kerja, atasan maupun suatu organisasi. Penelitian yang dilakukan Qadri (1997) dalam faktor lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang berpengaruh positif terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh dukungan dari individu lain.¹⁹ Dari hasil penelitian Anggraini dan Rachmawati (2019) menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan²⁰.

Namun hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan survey yang telah dilakukan penulis, dari hasil survey yang telah penulis lakukan di Mahasiswa FEBI UIN Walisongo sebelum memulai penelitian ini, menunjukkan bahwa pengaruh sosial itu tidak berpengaruh terhadap minat seseorang menggunakan *Paylater*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Habatillah Hinati (2019) untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-money* pada aplikasi Paytren pada masyarakat Jakarta, mengungkapkan bahwa variabel pengaruh sosial tidak memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik. Dengan hasil data Spss, nilai T hitung pada variabel pengaruh sosial sebesar 1,294 sedangkan T tabel sebesar 1,985. T-hitung <T-tabel dengan nilai sig 0,199>0,05. Sehingga pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik di masyarakat DKI Jakarta, karena pengaruh sosial tidak

¹⁹ Qadri, No Title, 1997.

²⁰ Anggraini, Indira Rachmawati and, Eka Latifah, 'Analysis Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Using the UTAUT2 Model (A Case Study of OVO in Indonesia)', International Journal of Scientific Research and Engineering Development 3, 2019, hlm. 168-75 <www.ijrsred.com>.

memiliki ketertarikan dengan pengaruh lingkungan, *prestise* dan status sosial dalam minat penggunaan.²¹

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini berasal dari penelitian terdahulu, dimana ditemukan perbedaan hasil penelitian (*gap research*) dan perbedaan kondisi. Dimana *Paylater* yang memberikan jaminan keamanan dan pelayanan yang memadai untuk membantu memudahkan pembayaran namun masih ada orang yang masih takut terkait keamanan data pribadi akan teretas. Dan dalam keadaan social ternyata tidak berpengaruh bagi mahasiswa dalam minat menggunakan *paylater*. Serta terdapat perbedaan hasil dari penelitian dahulu, yang menyatakan bahwa keamanan teknologi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Paylater* dan bertolak belakang dengan teori yang ada. Hal ini menarik untuk diteliti karena pada fenomena tersebut berbeda dengan kondisi yang biasanya terjadi. Untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja yang baik maka perlu dilakukan analisis faktor yang terkait dengan keamanan teknologi dan factor sosial. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan menguji dan menganalisis tingkat pengaruh persepsi keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan *payater* pada aplikasi shopee di kalangan mahasiswa FEBI di UIN Walisongo. Hal tersebut dijadikan pertimbangan untuk dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran *Paylater* Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan pada sub bab sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana Pengaruh Keamanan Teknologi terhadap Minat menggunakan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee?

²¹Habatillah Hinati, ‘Pengaruh Social, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Syariah Di Masyarakat DKI Jakarta’, 2019, hlm.95-99.

2. Bagaimana Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat menggunakan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee?
3. Bagaimana Pengaruh Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat menggunakan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh keamanan teknologi terhadap minat menggunakan metode pembayaran S-Paylater
2. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap minat menggunakan metode pembayaran S-Paylater
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan teknologi dan lingkungan sosial terhadap minat menggunakan metode pembayaran S-Paylater

1.4. Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi para akademisi perbankan terkait faktor yang mempengaruhi penggunaan metode pembayaran S-Paylater.

2. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi baru, sehingga dapat membantu perkembangan di sektor perbankan.

1.5. Sistematika Penulisan

Hasil Penelitian ini disusun dalam bentuk laporan hasil penelitian yang sistematikanya sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini, memuat unsur-unsur berupa latar belakang diadakannya penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematikan penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka memuat landasan teori yang berkaitan dengan teori mengenai keamanan teknologi, lingkungan sosial, minat, serta pemahaman mengenai *paylater*.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan rancangan penelitian, jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berisi deskripsi secara singkat mengenai hasil penelitian (deskripsi data dan pengujian hipotesis) serta pembahasannya.

BAB V: PENUTUP

Pada bab terakhir ini memuat kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. *Financial Technology (Fintech)*

Financial Technology (Fintech) yang berarti industri dengan basis teknologi dalam memfasilitasi layanan keuangan yang memunculkan beragam inovasi demi menyediakan layanan keuangan selain lembaga keuangan yang telah ada, memiliki sifat konvensional agar mudah dijangkau masyarakat dalam mengakses produk keuangan untuk bertransaksi. Diungkapkan oleh Juwita, *Fintech* secara luas diartikan sebagai industri teknologi yang mendukung sistem dan penyajian layanan keuangan dengan lebih efektif dan efisien. *Fintech* disebut inovasi teknologi, gangguan proses, dan transformasi layanan. Secara umum inovasi teknologi merupakan pemicu tumbuh kembang ekonomi serta transformasi industri. Teknologi baru dalam sebuah industri menunjukkan bahwa laju transisi teknologinya meningkat lebih transformatif dalam memberikan efek atau hasilnya. Gangguan proses implementasi suatu inovasi teknologi secara tidak langsung dapat pula mengganggu sistem lembaga keuangan tradisional. Transformasi layanan diartikan sebagai layanan keuangan yang bekerja menggunakan metode dan sistem baru.²²

2.1.1.1. Regulasi Bank Indonesia dan OJK Terkait Fintech

Dasar hukum penyelenggaraan Fintech dalam sistem pembayaran di Indonesia yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia:

1. Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
2. Surat edaran Bank Indonesia No.18/22/DSKP menjelaskan Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital.
3. Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 mengenai Uang Elektronik..

²² Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra et al, *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi Di Era Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm.1-2.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berperan mengawasi, mengontrol industri, dan melindungi nasabah melalui penerbitan Peraturan OJK yang baru No. 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital (IKD) pada Sektor Jasa Keuangan, diterbitkan untuk mengendalikan laju perkembangan teknologi pada industri keuangan digital yang pesat agar bermanfaat bagi masyarakat.²³

2.1.1.2. *Fintech* dalam jasa Perbankan

Perkembangan *Fintech* di Indonesia ditandai dengan terbentuknya Asosiasi *Fintech* Indonesia yang telah terdaftar secara sah sebagai badan hukum sejak 10 Maret 2016.²⁴ Dalam dunia perbankan yang modern, perbankan dituntut tidak hanya sebagai penunjang aktivitas saja dalam suatu kegiatan keuangan, namun harus berkembang menjadi penggerak bisnis. Digitalisasi dalam perbankan terbukti mampu meningkatkan daya saing dan profitabilitas bagi bank.²⁵ Penyedia layanan keuangan mengembangkan teknologi yang dapat mendisrupsi pasar keuangan tradisional dengan mengembangkan aplikasi baru yang dapat digunakan mulai untuk pembayaran hingga aplikasi yang lebih kompleks. Dalam perkembangan inovasi perbankan, di Indonesia melakukan pengembangan pada operasional perbankan, dengan tujuan agar transaksi keuangan dapat dilakukan dengan mudah dan efisien. Salah satunya ialah digital banking yang dapat diartikan sebagai pelayanan operasional bank melalui sarana digital.²⁶

Perbankan dan perusahaan *fintech* yang berbasis *start-up* bekerjasama untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. Perpaduan bank dengan *fintech* untuk bersinergi secara terus menerus

²³ Andry Novrianto dan Marta Widian Sari, Kenali..! Bisnis... Di Era Digital 'Financial Technology' (Solok: CV. Insan Cendekia Mandiri, 2020), hlm.61-62.

²⁴ Berry A Harahap, et.al, "*Perkembangan Financial Technology Terkait Central Bank Digital Currency (CBDC) Terhadap Transmisi Kebijakan Moneter dan Makroekonomi* ", Working Paper Bank Indonesia, No.2,(2017) : 14

²⁵ Muyassarah, Heny Yuningrum dan Risma Dewi Astuti, "Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction : Case study at Bank BRI Syariah KCP Kendal", Jurnal of Islamic Finance and Banking, Vol.2 No.2, (2020), hlm.139-156

²⁶ Nur Kholis, "Perbankan Dalam Era Baru Digital", (Jurnal Economicus, 2018), hlm.83

agar bisa mengurangi *blind spots* pada pelayanan perbankan.²⁷ Sekarang ini di Indonesia, stabilitas keuangan masih didominasi oleh sektor perbankan, implementasi *fintech* diharapkan mampu mendorong inklusi keuangan pada seluruh elemen masyarakat. Tujuan penerapan *fintech* yaitu agar bisa meningkatkan efisiensi kegiatan operasional perbankan kepada nasabahnya. Hal tersebut disebabkan pemanfaatan *fintech* yang sejalan dengan semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan berbasis online dan penggunaan akses data digital. Berikut beberapa aktivitas *fintech* dalam layanan jasa keuangan :

1. *Digital Payment*

Pembayaran, transfer, kliring, dan penyelesaian. Aktivitas tersebut erat kaitannya dengan pembayaran *mobile* (baik bank atau lembaga keuangan non-bank), dompet elektronik (*digital wallet*), mata uang elektronik (*digital currencies*) dan penggunaan teknologi buku besar terdistribusi. Dengan adanya model ini bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan dan akses yang lebih cepat pada layanan pembayaran.

2. *Financing and Investment*

Deposito, pinjaman dan penambahan modal. *Inovasi fintech* pada bidang ini adalah *crowd funding* dan platform pinjaman p2p (*Peer-to-peer*) secara *online*. *Crowd Funding* biasanya menghimpun dana untuk penggalangan dana social ataupun pembiayaan suatu pekerjaan tertentu. P2P Lending, memberikan fasilitas penghubung antara pihak peminjam dan pihak investor.

3. *Information and Feeder Site*

Menyediakan informasi pada suatu produk yang dibutuhkan konsumen. Informasi yang dibagikan seperti kartu kredit, reksa dana, premiasuransi, tingkat suku bunga.

4. *Account Aggregator*

²⁷Andi Fariana & Ahmad Safii, “Sinergi Fintech Dengan Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum”, (Jurnal Istinbath Hukum dan Ekonomi Islam, 2018), hlm. 419

Bidang ini konsumen ditawarkan sebuah layanan yang transaksinya terakomodasi pada satu platform. Platform yang memberikan kemudahan verifikasi transaksi dengan proses yang cepat. Mencakup platform e-trading yang memungkinkan konsumen untuk berinvestasi secara langsung melalui online pada semua jenis aset.

5. *Personal Finance*

Perencanaan keuangan saat ini banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Inovasi ini menyediakan jasa untuk membantu konsumen dalam membuat laporan keuangan dan pengelolaan dana yang tepat, inovasi *fintech* yang menawarkan saran otomatis mengenai layanan keuangan, termasuk manajemen investasi dan portofolio.²⁸

2.1.1.3. **Manfaat Fintech**

Adapun beberapa manfaat dari Fintech diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Bagi peminjam, dapat mendorong inklusi keuangan dan memberikan opsi kredit dengan proses yang cepat dan mudah.
2. Bagi investor, memiliki keuntungan yang tinggi dengan tingkat resiko yang cenderung default. Investor juga dapat memilih peminjam dana yang sesuai dengan preferensinya.
3. Bagi Perbankan, dengan terjalannya kerjasama antara perbankan dan perusahaan fintech dapat menekan biaya operasional.

2.1.2. **Pembayaran Elektronik**

Dengan berkembangnya teknologi yang pesat saat ini banyak hal-hal yang berubah, contohnya saat ini ada beberapa pembayaran yang sudah tidak memerlukan uang dalam bentuk fisik, jadi pembayarannya dilakukan secara elektronik. Pembayaran elektronik (*Electronic*

²⁸Novendra. B., Aulianisa. SS., "Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi", *Jurnal Rechts Vinding*, Vol.9, No.2 (2020).

Payment) atau yang biasa disebut dengan *E-payment* dapat didefinisikan dimana suatu nilai moneter ditransfer secara elektronik atau digital antara dua entitas sebagai kompensasi atau pertimbangan untuk penerimaan barang atau jasa, disini entitas yang dimaksud adalah bank, bisnis, pemerintah dan bahkan seorang konsumen.²⁹ *E-payment* dapat dibagi dalam beberapa kategori *e-commerce* seperti *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C), *Consumer to Business* (C2B), dan *Consumer to Consumer* (C2C). Sumanjeet menjelaskan beberapa jenis sistem pembayaran elektronik yaitu:³⁰

1. Sistem pembayaran kartu kredit online (*Online credit card payment system*) Sistem pembayaran ini memiliki beberapa keunggulan, diantaranya yaitu: privasi, integritas, efisiensi, kenyamanan dan mobilitas. Adapun system pembayarannya yang cukup mudah caranya jika ingin membeli sesuatu cukup dengan mengirimkan detail kartu kredit yang dipunya kepada penyedia layanan dan pihak dari kartu kredit akan menangani proses pembayaran.
2. Sistem pembayaran cek elektronik (*Electronic cheque payment system*) Cek elektronik ini mirip dengan cara kerja cek konvensional, seorang pemegang akun akan menerbitkan dokumen elektronik yang memuat nama Lembaga keuangan tersebut yang isinya nomor rekening pembayar, nama penerima pembayaran dan juga jumlah cek. Ada juga kelemahan dari sistem pembayaran ini yaitu biaya tetapnya relative tinggi dan penggunaanya terbatas hanya dalam dunia virtual dan mereka dapat melindungi anonimitas pengguna, sistem pembayaran ini tidak cocok dengan transaksi ritel oleh konsumen.
3. Sistem pembayaran elektronik cash (*Electronic cash payment system*) *E-cash* merupakan bentuk penyimpanan nilai dan pertukaran nilai elektronik atau digital yang memiliki kemampuan

²⁹ Tan. M., "E-Payment :The Digital Exchange", Singapore University Press (2004)

³⁰ Sumanjeet.,

"Emergence of payment systems in the age of electronic commerce: The state of art. *1st South Central Asian Himalayas Regional IEEE/IFIP International Conference on Internet*, AH-ICI 2009, 2(2), hlm. 17-36.

konvertabilitas terbatas ke dalam bentuk nilai lain dan membutuhkan perantara untuk mengkonversi. Dalam penggunaan *e-cash* pengguna harus selalu berhati-hati saat transaksi dengan memperhatikan keamanan.

4. Sistem pembayaran elektronik berbasis *smart card* (*Smart cards based electronic payment system*) *Smart card* pada dasarnya merupakan kartu plastic seukuran kartu kredit dengan chip memori dan ada beberapa kartu yang tertanam mikroprosesor didalamnya sehingga dapat berfungsi sebagai perangkat penyimpanan untuk informasi yang lebih besar dibandingkan kartu kredit dengan kemampuan pemrosesan transaksi bawaan.

2.1.3. Keamanan Teknologi

Keamanan (*Security*) merupakan proses penjagaan dari risiko yang memungkinkan terjadi agar stabil tetap pada tingkatan yang dapat diterima. Menurut Enck, Ongtang, dan McDaniel sebagaimana dikutip oleh Debby Cynthia, Sienny Thio dan Joshua Wilson,³¹ menjelaskan keamanan sebagai sebuah pegangan atau kepercayaan bahwa data pribadi konsumen tidak akan terlihat dan disimpan, atau dimanipulasi oleh orang yang tidak berhak. Keamanan menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan konsumen karena membahas tentang informasi serta data pribadi yang harus dijaga, dengan privasi yang terjaga maka konsumen merasa nyaman sehingga mempengaruhi munculnya niat menggunakan suatu teknologi.³² Keamanan merupakan upaya mengamankan asset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul.³³ Keamanan informasi adalah mencegah penipuan (*cheating*) atau mendeteksi

³¹ Debby Cynthia Kumala, Sienny Thio & Joshua Wilson Pranata, 'Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi Di Surabaya', Jurnal Manajemen Perhotelan, 6, No.1 (2020), hlm.22.

³² Sarjita, 'Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Onlineada Situs OLX', JBMA 7, No.1 (2020), hlm.70.

³³ Ajeng Nurmalasari, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan T-Cash Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia', (Skripsi S1 Akuntansi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta), 2018, hlm.8.

adanya penipuan pada sistem berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.³⁴ Persepsi atau anggapan terhadap sebuah keamanan teknologi merupakan persepsi sebagai tingkat ukur keyakinan individu terhadap keamanan teknologi. Keamanan menjadi hal yang penting yang harus dijamin demi menciptakan keyakinan dan rasa aman serta kepercayaan karena didalam *Shopee Paylater* menyimpan data pengguna.

Tujuan dibentuknya sistem keamanan untuk mencegah, menanggulangi dan melindungi berbagai sistem informasi dari risiko tindakan illegal.³⁵ Alat pembayaran non tunai seperti *Shopee paylater* pasti memiliki risiko keamanan seperti pencurian, duplikat kartu asli, manipulasi data dan lain sebagainya.³⁶ Dalam konteks *Shopee paylater* ancaman keamanan adalah hilangnya seluruh dana yang ada didalam aplikasitersebut. Karena transaksi menggunakan *Shopee paylater* tidak sama seperti kartu debit dan kartu kredit yang menggunakan PIN untuk disetiap transaksinya. Keamanan dalam penggunaan *Shopee paylater* diartikan bahwa penerbit *Shopee paylater* memberikan jaminan keamanan baik data nasabah maupun dana yang tersimpan di dalamnya, sehingga pengguna *Shopee paylater* merasa aman dan percaya bahwa tidak ada ancaman terhadap hal-hal yang berhubungan dengan transaksi *Shopee paylater*. Keamanan sebagai salah satu faktor penting untuk mempengaruhi minat penggunaan *e-money*. Semakin bertambah tingkat keamanan, akan menambah pula tingkat kepercayaan konsumen sehingga minat menggunakan *Shopee paylater* pun akan meningkat. Beberapa indikator dibawah ini untuk mengukur tingkat keamanan:³⁷

³⁴ <https://budi.rahardjo.id> diakses pada 19 Maret 2022 pukul 13:14 WIB

³⁵ Fernanda Idham Kholid, & Embun Duriyani Soemarso, 'Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang', Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah 8, No.2(2018), hlm.52.

³⁶ Mia Andika Sari Rodiana Listiawati Rahmanita Vidyasari, & , Novitasari, 'Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan, Manfaat, P Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet', Jurnal Ekonomi & Bisnis 18, no.2 (2019), hlm.129 .

³⁷ Berlianingsih Kusumawati & Sulisty Seti Utami, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money', Jurnal Balance, Vol.14, No.2 (2017), hlm.35.

- a. Transaksi *S-paylater* yang aman, sehingga pelanggan tidak khawatir saat membelanjakan saldonya.
- b. Keamanan saldo pada *S-paylater* terjamin sehingga pelanggan tidak khawatir saat melakukan *top-up* saldo.
- c. *S-paylater* memberikan kenyamanan saat bertransaksi bagi pengguna.

2.1.3.1. Aspek Keamanan Teknolog Informasi

Aspek yang dapat digunakan untuk menentukan keamanan sebuah teknologi informasi sebagai berikut:

- 1) *Privacy/Confidentiality* yaitu aktivitas melindungi informasi dari pihak yang tidak bertanggungjawab.
- 2) *Integrity*, menjelaskan bahwa informasi tidak boleh diubah tanpa izin dari pemiliknya.
- 3) *Authentication*, terkait metode untuk membuktikan informasi yang asli. Orang yang mengakses atau server yang dihubungi adalah server yang asli.
- 4) *Availability* atau ketersediaan informasi saat diperlukan. Sistem informasi yang dijebol bisa memperlambat atau meniadakan akses terhadap informasi tersebut.
- 5) *Access Control*, metode pengaturan pada akses informasi terkait penggolongan data (umum, pribadi, rahasia, dan sangat rahasia), pengguna (tamu, admin, manajer puncak, dll), mekanisme autentikasi, serta privasi.
- 6) *Non-repudiation*, aspek ini menjaga agar seseorang tidak bisa melakukan penyangkalan telah melaksanakan aktivitas transaksi.³⁸

2.1.4. Lingkungan Sosial

Lingkungan Sosial merupakan tempat dimana masyarakat saling berinteraksi dan melakukan sesuatu bersama-sama antar sesama maupun dengan lingkungannya. Menurut Sumaatmaja sebagaimana

³⁸ Rohmat Taufiq, Sistem Informasi Manajemen: Konsep Dasar, Analisis Dan Metode Pengembangan (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 144-145.

dikutip oleh Riana Monalia Tamara³⁹, menjelaskan lingkungan sosial terdiri dari kelompok manusia sendiri. Lingkungan sosial menurut Purwanto ialah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan sosial juga dapat diartikan sebagai lingkungan sosial yang ada pada masyarakat yang terjadi antara konsumen dengan orang disekelilingnya atau dengan banyak orang. Lingkungan sosial adalah orang-orang yang berada dalam sekeliling konsumen yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pembelian produk.⁴⁰ Pengaruh sosial (*social influence*) atau disebut juga lingkungan social didefinisikan sebagai usaha individu atau kelompok dalam merubah sikap, kepercayaan, persepsi maupun tingkah laku orang lain dalam interaksi sosial pada umumnya.⁴¹

Menurut Venkatesh kk sebagaimana dikutip oleh Gusti dan Ayu, mendefinisikan pengaruh sosial sebagai sejauh mana individu menganggap (keluarga, kerabat ataupun teman) mengajak untuk menggunakan sistem baru.⁴² Lingkungan sosial juga mempunyai andil cukup besar untuk mempengaruhi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan. Lingkungan sosial bisa berasal dari keluarga, kerabat, kolega, dan *public figure*.⁴³ Menurut Adiwibowo, dkk, sebagaimana dikutip oleh Muhammad Ghazali dan Ike Herdiana, menjelaskan bahwa pengaruh sosial merupakan tingkat persepsi individu atas sesuatu yang dipercayai oleh orang lain terhadap penggunaan sistem baru. Menurut Wang dan Chou

³⁹Riana Monalisa Tamara, 'Peranan lingkungan sosial terhadap pembentukan sikap peduli lingkungan peserta didik di SMA Negeri Kabupaten Cianjur', Jurnal Pendidikan Geografi, Vol.16, No.1 2016, hlm.45

⁴⁰ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*, (Yogyakarta:Depublish, 2018, hlm.7

⁴¹ Muhammad Ghazali Bagus Ani Putra Ilham Nur Alvian, & Ike Herdiana, Pengantar Psikologi Sosial (Surabaya: Airlangga University Press, 2012), hlm.233.

⁴² Gusti Putu Lestara Permana, & A.A. Ayu Indah Parasari, 'Pengaruh Hedonic Motivation, Social Influence, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Penggunaan Marketplace Pada UMKM Di Bali: Studi Kasus Pada HIPMI Provinsi Bali', Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis 4, no.1(2019), hlm.92.

⁴³ Mia Andika Sari Hastuti Redyanita, dan Indianik Aminah, 'Preferensi Generasi Millennial Dalam Memilih Pembayaran Digital (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta Depok)', Jurnal Ekonomi Islam 19, no.2 (2020), hlm.99.

sebagaimana dikutip oleh Steven Haryono dan Ritzky Karina, menjelaskan bahwa pengaruh sosial terkait dengan keputusan perilaku individu yang dipengaruhi orang lain. Pengaruh sosial berhubungan dengan tekanan eksternal dari orang yang dianggap penting. Pengaruh sosial merupakan tingkat perilaku masyarakat dipengaruhi oleh jaringan sosial melalui pesan dan sinyal dari orang lain yang memudahkan penciptaan nilai masyarakat.

2.1.4.1. Faktor Lingkungan Sosial

Beberapa faktor lingkungan sosial menurut Mangku Negara yaitu:⁴⁴

a) Kelompok Panutan

Sekelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen, terdiri dari semua kelompok baik pengaruh langsung atau tidak langsung sehingga memberikan dorongan untuk meniru kebiasaan kelompoknya termasuk dalam memilih produk ataupun merek.

b) Keluarga

Yaitu unit masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan membeli.

c) Lingkungan Pendidikan

Segala sesuatu yang ada disekitar manusia, berupa benda mati, mahluk hidup ataupun peristiwa yang terjadi termasuk kondisi masyarakat terutama yang dapat berpengaruh kuat terhadap individu.

2.1.4.2. Dimensi Pembentuk Pengaruh Sosial

Menurut Wang dan Chou ⁴⁵ menjelaskan bahwa pengaruh sosial dibentuk oleh dua dimensi, yaitu:

⁴⁴ <http://dspace.uui.ac.id/bitstream>. diakses 6 september 2022 jam 9:00

⁴⁵ Edward Shih-Tse Wang dan Nicole Pei-yu Chou, "Consumer Characteristics, Social Influence, and System Factors on Online Group-Buying Repurchasing Intention", *Journal Of*

1) *Subjective Norms*

Merupakan pengaruh sosial berkaitan dengan persepsi konsumen mengenai apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan. *Subjective norms* mempunyai dua indikator, yaitu:

a. *Behavioral belief*

Sebuah norma subjektif yang memunculkan kepercayaan konsumen mengenai bagaimana menghadapi suatu hal sehingga mendukung dalam melakukan hal tersebut dan memberikan dampak positif.

b. *Normative belief*

Norma ini memunculkan kepercayaan konsumen mengenai apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Konsumen akan menaruh kepercayaan pada orang yang dianggap penting dan akan mengikuti serta melakukan hal tersebut

2) *Visibility*

Visibility merupakan pengaruh sosial yang timbul akibat situasi perilaku konsumen yang bisa diamati oleh konsumen lain, yang mencerminkan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh bagaimana persepsi konsumen tersebut perilaku orang lain. Berdasarkan penjelasan diatas, Wang dan Chou membagi indikator dari *Visibility* menjadi dua, yaitu :

a. Perilaku konsumen lain, mengamati orang lain melakukan hal tertentu membuat konsumen terdorong untuk ikut serta melakukan hal yang sama.

b. Pengaruh lingkungan, melihat lingkungan sekitar banyak yang melakukan atau menggunakan hal tertentu, maka akan mendorong konsumen melakukan hal yang sama pula.

2.1.4.3. Indikator Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan lingkungan orang lain yang dapat berpengaruh terhadap seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun indikator yang mempengaruhi lingkungan sosial, yaitu:⁴⁶

- 1) Lingkungan Keluarga
- 2) Lingkungan Sebaya
- 3) Lingkungan Sekolah
- 4) Lingkungan Masyarakat

2.1.5. Minat

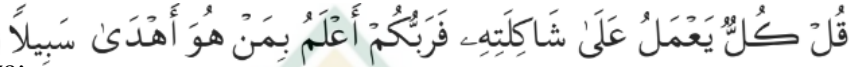
Minat adalah ketertarikan atau kecenderungan padasesuatu yang merupakan sebuah aspek psikologis. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, diartikan sebagai gairah atau keinginan.⁴⁷ Dalam Bahasa Inggris, minat bermakna suatu perasaan memperhatikan atau penasaran akan suatu hal dan sama maknanya dengan gairah atau suatu perasaan yang kuat atau antusiasme terhadap suatu objek. Pada ayat pertama dari surat yang pertama turun, surat Al-Alaq yang perintah-Nya adalah agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, akan tetapi juga semua aspek. Sehingga dengan membaca, kita dapat memahami hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini. Jadi, minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT kepada kita. Namun, bukan berarti kita hanya berpangku tangan dan minat itu berkembang dengan sendirinya. Tetapi, upaya kita adalah mengembangkan sayap anugerah Allah itu kepada kemampuan maksimal kita sehingga karunia-Nya dapat berguna dengan baik pada diri kita dan kepada orang lain serta lingkungan dimana kita berada. Seperti halnya kemampuan, minat

⁴⁶Ulfah Annajah dan Nailul Faalah, *Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Motivasi Berorientasi Anak Panti Asuhan Nurul HAQ Yogyakarta*, Jurnal Hisbah, Vol.13, No.1, 2016, hlm.104

⁴⁷<https://kbbi.web.id>

adalah sesuatu yang harus diberikan pada hal-hal yang penting. Faktanya, minat masih merupakan hal teoretis. Jika kita memiliki minat yang luar biasa terhadap sesuatu, tetapi tidak bersusah payah untuk mendapatkan, memperoleh, atau memilikinya, minat tersebut tidak ada gunanya.⁴⁸

Firman Allah SWT tentang minat dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 84 yang berbunyi:

Artinya: 

“Katakanlah: “tiap-tiap orang berbuat menurut keadannya masing-masing”. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.

Menurut tafsir Kementrian Agama, ayat tersebut menyebutkan bahwa setiap manusia mempunyai pembawaan, cara, dan kecenderungannya masing-masing dalam mencari petunjuk dan kebaikan. Meskipun begitu, Allah-lah yang lebih mengetahui siapa yang lebih benar dan sesat jalannya dibandingkan dengan manusia itu sendiri, yang nantinya akan Allah berikan balasan sesuai dengan apa yang telah dia manusia itu perbuat. Sedangkan menurut Tafsir Tahlili yang dikutip dalam webiste Kemenag, ayat tersebut menerangkan bahwa Allah mengutus Nabi Muhammad agar menyampaikan terhadap umatnya, supaya mereka bekerja dan melakukan suatu hal sesuai dengan kecenderungannya masing-masing. Namun, Allah juga mengetahui mana jalan yang manusia itu tempuh, baik ataupun buruk sehingga mereka akan diberikan balasan setimpal atas apa yang mereka lakukan.⁴⁹

⁴⁸ Slameto, Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya, (Jakarta: PT Rineka Cipta,1995), cet. Ke-3, hlm 272.

⁴⁹ Kementrian Agama Republik Indonesia, “Qur'an Kemenag”, <https://quran.kemenag.go.id/surah/17>, diakses pada 21 Agustus 2023

2.1.5.1. Faktor yang Mempengaruhi timbulnya Minat

Menurut Crow and Crow, sebagaimana dikutip oleh Abdul Rahman Shaleh dkk, berpendapat bahwa timbulnya minat ada tiga faktor, yaitu:⁵⁰

1. Dorongan dari dalam diri Individu

Sesuatu perbuatan yang memang diinginkan dari dalam diri seseorang karena mereka merasa senang dalam melakukannya.

2. Motif Sosial

Minat seseorang terhadap objek atau sesuatu hal. Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status sosial yang tinggi pula.

3. Faktor Emosional

Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Dengan demikian dapat diartikan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

2.1.5.2. Unsur – Unsur Minat

Adapun unsur-unsur yang ada di dalam minat diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Perasaan Tertarik

Perasaan adalah pernyataan hati nurani yang dihayati secara suka ataupun tidak suka. Dan tertarik berarti senang, terpicat dan menaruh minat.⁵¹

2. Motif

Motif adalah alasan atau sebab seseorang melakukan sesuatu. Motif diartikan sebagai suatu kekuatan yang atau daya pendorong yang menyebabkan orang mulai bergerak atau mengambil suatu

⁵⁰Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, “Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam”, (Jakarta:Prenada Media, 2004), hlm. 264

⁵¹Tim Redaksi, “Kamus Filsafat dan Psikologi”., hlm. 1.406

tindakan.⁵² Setiap pembentukan motif berkaitan dengan tujuan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya.⁵³

3. Perasaan Senang

Senang berarti puas, tidak merasa kecewa, gembira. Perasaan senang merupakan aktivitas psikis yang didalamnya sebagai subjek menghayati nilai-nilai dari suatu objek.

4. Perhatian

Perhatian dapat diartikan sebagai aktivitas jiwa seseorang terhadap pengamatan, pengertian, dan sebagainya dengan mengesampingkan yang lain dari pada itu.

2.1.6. Shopee

Shopee adalah salah satu perusahaan *start-up* yang bergerak dibidang teknologi dan *e-commerce* secara online yang menawarkan berbagai produk barang maupun jasa kepada masyarakat. Aplikasi *Shopee* pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 sebagai mobile marketplace pertama di Asia Tenggara dan hadir di Indonesia awal tahun 2016 yang memiliki kantor pusat di Jakarta. Mengikuti perkembangan zaman, *Shopee* mampu memperluas jangkauan ke berbagai Negara seperti Malaysia, Thailand, Indonesia, Vietnam, Taiwan dan Filipina.⁵⁴ Chris Feng, pemimpin *Shopee* yang merupakan mantan karyawan *Rocket Internet* dan pernah memimpin *Zalora* dan *Lazada*.⁵⁵ *Shopee* mulai menciptakan layanan pembayaran non-tunai atau digital (uang elektronik) yaitu *shopeepay* sebagai metode pembayaran transaksi online, pembayaran offline di merchant *ShopeePay*, hingga penerimaan pengembalian dana pada aplikasi *Shopee*. *Shopee* merupakan salah satu E-Commerce atau platform yang menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan

⁵²Sudarsono, "Kamus Filsafat dan Psikologi", hlm. 160

⁵³Taufik Tea, "Inspiring Teaching. Mendidik Penuh Inspirasi", Jakarta, Gema Insani (2010)., hlm. 204

⁵⁴<https://id.wikipedia.org/wiki/Shopee>. Diakses tanggal 19 Maret 2022 Pukul 15.28 WIB.

⁵⁵[Chris Feng - IESE](#)". *IESE* (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 19 Maret 2022 Pukul 15.30..

cepat bagi pelanggan dengan dukungan pembayaran dan logistic yang kuat. Salah satu metode pembayarannya adalah pay later atau pinjaman instan, yakni model cicilan yang memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memanfaatkan jasa atau layanan dan kemudian membayarnya diakhir sesuai batas waktu yang telah ditentukan.⁵⁶

2.1.7. Shopee Paylater

PayLater adalah salah satu produk Pinjaman *peer to peer lending*.⁵⁷ *Shopee PayLater* sebagai fitur layanan pinjaman finansial bagi Pengguna aplikasi Shopee,⁵⁸ merupakan hasil kerjasama PT Commerce Finance (Perusahaan Pembiayaan), PT Lentera Dana Nusantara (*Platform P2P Lending*) dan PT Shopee International Indonesia (Shopee). *Shopee PayLater* adalah metode pembayaran beli sekarang bayar nanti yang disediakan oleh PT Commerce Finance di aplikasi shopee dimana seseorang melakukan pembelian terlebih dahulu dan membayar dengan metode angsuran selama beberapa bulan.⁵⁹ *Shopee PayLater* sebagai jasa pinjam meminjam berbasis inovasi data yang menyatukan pemberi dan penerima kredit dalam hal pembelian kredit dalam rupiah secara langsung melalui tahapan sebagaimana tertuang dalam POJK No.v77/2016. Jasa ini diberikan oleh Shopee sebagai strategi cicilan saat berbelanja di *e-commerce*. *Shopee PayLater* memberi kemudahan dengan barang dapat diterima terlebih dahulu namun pembayaran dapat menyusul dengan cicilan.⁶⁰ *Shopee PayLater* menawarkan item kredit dengan uang muka awal nol persen tanpa penukaran dasar yang harus digunakan untuk

⁵⁶ Putri, A. P. Y., & Ahmadi Miru, M., *PraPraktik Penyalahgunaan Fitur Kredit (Paylater) oleh Pihak Ketiga melalui Aplikasi Belanja Online. Amanna Gappa*, 28(2), 2020, hlm.64–76.

⁵⁷ Nirmalapurie N.A, ‘Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Penggunaan Fitur PayLater Pada Aplikasi Gojek’, *Media Luris*, 2020, hlm.101 <<https://doi.org/10.20473/mi.v3il.19161>>.

⁵⁸ PT Commerce Finance, 2021 <<https://commerce-finance.com/product.>>.

⁵⁹ <https://kiaton.kontan.co.id>

⁶⁰ Otoritas Jasa Keuangan, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77/POJK.01/201 TENTANG LAYANAN PINJAM MEMINJAM UANG BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI,” n.d.

membeli barang di Shopee dengan tenor 30 hari.⁶¹ Dengan hadirnya angsuran kredit pengembangan mekanis mendorong kemampuan pembeli untuk meningkatkan pilihan penggunaan dengan memberikan akses nasabah yang amandan cepat.⁶²

2.1.7.1. Mekanisme dan Ketentuan Sistem Pembayaran Shopee PayLater

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan fitur ini seperti; akun Shopee terdaftar dan terverifikasi serta sering digunakan untuk bertransaksi, harus update aplikasi Shopee terbaru.⁶³ Setelah memenuhi syarat maka pengguna dapat melakukan transaksi pembelian dengan batasan limit yang ada dan memilih Shopee *PayLater* sebagai metode pembayaran. Berikut cara mengaktifkan *shopee Paylater* untuk mendapatkan pinjaman dari *marketplace* Shopee:

- a. Klik tab Saya, pilih Shopee PayLater;
- b. Klik Aktifkan Sekarang;
- c. Masukkan kode OTP yang dikirimkan melalui SMS dan klik lanjutkan;
- d. Unggah foto KTP;
- e. Masukkan kontak darurat, lalu klik lanjutkan;
- f. Kemudian verifikasi wajah;
- g. Tunggu verifikasi diterima;
- h. Shopee PayLater berhasil diaktifkan.

Saat ini rentang kredit yang dapat diakses mulai dari Rp 750.000-Rp 1.800.000. Namun, karena pandemi covid-19, Shopee memiliki batasan penyesuaian terhadap strategi penggunaan *Shopee PayLater* untuk dapat digunakan oleh semua pengguna.

⁶¹ Rohmatul Hasanah, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah' (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Purwokerto, 2020),hlm.51.

⁶² Determinants O F Customers and Others, 'OF CUSTOMERS ATTITUDE TOWARDS CREDIT CARD USAGEIN', 2020, hlm.200-223.

⁶³ Rohmatul Hasanah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kredit Shopee Paylater Dari Marketplace Shopee Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah."

Besaran rentang batas yang diubah mulai dari Rp 460.000. Pembeli juga dapat mengajukan satu kali tambahan. Penagihan akan muncul setiap tanggal 25 dan harus dibayar paling lambat tanggal 5 bulan itu, misalnya transaksi yang dilakukan antara tanggal 25 di bulan ini sampai 24 bulan depan akan dihitung tagihannya pada tanggal 25 dan dibayarkan paling lambat tanggal 5 diawal bulan berikutnya. Pembeli mendapatkan pinjaman yang sesuai dengan nominal pembayaran barang yang dibeli, dan pembayaran tersebut harus dilakukan setiap bulan dengan tanggal yang sudah disepakati, Adapun pinjaman tersebut disertai dengan bunga ringan senilai 2,95 % dan jika terdapat keterlambatan dalam pembayaran. Maka akan dikenakan denda senilai 5% dari total tagihan Selain itu, ada pula biaya admin sebesar 1 % setiap transaksi yang dilakukan.

2.1.7.2. Paylater dalam Fiqh Muamalah

Pada dasarnya praktik jual beli telah dibolehkan, karena didalamnya terdapat manfaat bagi keduanya. Yakni pembeli dapat memenuhi segala sesuatu yang dibutuhkannya, dan sedangkan bagi penjual akan mendapat keuntungan dari transaksi tersebut. Sehingga jual beli disyariatkan karena, seseorang dalam merealisasikan keinginannya tidak akan dapat hidup sendiri tanpa berhubungan dan bantuan orang lain. *Shopee pay later* dapat dimaknai dengan kredit, sedangkan fasilitas kredit sendiri hukumnya tergantung dari bagaimana sistem pelaksanaannya. Kredit dibolehkan dalam hukum jual beli secara islami. Kredit merupakan pembelian barang dengan harga berbeda ketika pembayaran dengan tunai dengan apabila dibayar tenggang waktu. Beberapa jumbuh ulama membolehkan jual beli kredit, karena pada asalnya boleh dan tidak ada dalil yang mengharamkannya. Jual beli kredit tidak bisa dipersamakan dengan riba dari aspek manapun. Oleh karena itu boleh menaikkan harga yang pantas, selama tidak sampai pada kedzaliman.⁶⁴

⁶⁴ Abdullah, *Pinjaman Kredit Dalam Perspektif Pendidikan Islam. Jurnal Hukum Ekonomi*

Jual beli kredit dalam islam memiliki aturan dan ketentuan yang harus dipahami. Dan dapat ditemukan beberapa pendapat bahwa transaksi *shopee pay later* lebih mengarah pada akad murabahah. Adapun akad murabahah ialah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang sudah disepakati.⁶⁵ Dan karakteristiknya ialah penjual harus memberi tahu pembeli mengenai harga pembelian produk dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya tersebut⁶⁶. Karena pada praktik *shopee pay later*, pihak shopee memberikan informasi terlebih dahulu kepada pengguna *shopee pay later* tentang pilihan pembayaran belanjaan yaitu dibayar bulan depan dengan tidak ada bunga atau dibayar dengan tempo 2 bulan atau lebih dengan adanya tambahan bunga. Jadi pihak shopee memberi pilihan tagihan terlebih dahulu kepada pengguna Shopee Paylater sebelum pengguna membayar belanjaan.⁶⁷

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terkait ini bertujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, selain itu juga bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya memiliki variabel dan hasil yang berbeda. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Hasanah	Pengaruh	Metode	Penelitian	Pada penelitian

Syariah, 3(1), 2019, hlm. 51.

⁶⁵ Antonio, M. S. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press. 2021

⁶⁶ Prabowo, B. A. *Konsep Akad Murabahah Pada Perbankan Syariah (Analisa Kritis Terhadap Aplikasi Konsep Akad Murabahah Di Indonesia Dan. JURNAL HUKUM, 16(1), 2009, hlm.108.*

⁶⁷ Rahayu, T. *Analisis Akad Jual Beli E-Commerce Shopee Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. Iqtishodiah, 3(2),2021. Hlm. 9.*

Jaya Asja, Santi Susanti, dan Achmad Fauzi (2021)	Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan <i>PayLater</i> : Studi kasus Masyarakat di DKI Jakarta	Kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling. Dengan hasil penelitian yaitu Persepsi manfaat dan pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>PayLater</i> . Dan variabel Kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>PayLater</i> .	menggunakan metode kuantitatif dengan variabel 'Y' yang sama yaitu minat penggunaan <i>PayLater</i> .	ini meneliti tentang pengaruh manfaat, kemudahan dan pendapatan dengan subjek masyarakat DKI Jakarta. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
Fanny Anggraeny Putri dan Sri Setyo Iriani (2020)	Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan	Metode Kuantitatif menggunakan teknik <i>Purposive sampling</i> .	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan	Pada penelitian ini meneliti tentang pengaruh kepercayaan dan kemudahan dengan subjek

		Pembelian menggunakan <i>Shopee PayLater</i>	Dengan hasil penelitian yaitu, pengaruh kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan <i>Shopee Paylater</i> .	objek yang diteliti yakni <i>Shopee Paylater</i> .	pengguna <i>shopee paylater</i> disurabaya. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
2	Hananda Linuwih (2022)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat menggunakan <i>PayLater</i> : studi kasus mahasiswa universitas di D.I Yogyakarta	Metode kuantitatif menggunakan teknik <i>Purposive sampling</i> . Dengan hasil Ekspektasi kinerja, Ekspektasi Usaha, Fasilitas Pendukung, dan Keamanan Teknologi tidak berpengaruh terhadap minat	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel keamanan teknologi dan pengaruh sosial dan objek yang diteliti yakni <i>Paylater</i> .	Pada penelitian ini meneliti tentang ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, fasilitas pendukung, keamanan teknolog, pengaruh sosial, motivasi hedonis dan kebiasaan dengan subjek mahasiswa universitas di Yogyakarta pengguna <i>paylater</i> Sedangkan

			menggunakan <i>PayLater</i> . Sedangkan Pengaruh sosial, Motivasi hedonis, dan Kebiasaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>PayLater</i> .		penulis hanya meneliti tentang variabel Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
3	Akhmad Farhan Zein (2023)	Pengaruh Kepercayaan, kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan <i>shopee paylater</i> : studi kasus mahasiswa febi UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI Purwokerto	Metode kuantitatif menggunakan teknik <i>Non-Probability Sampling</i> . Dengan hasil : Kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>S-PayLater</i> , sedangkan Risiko tidak berpengaruh terhadap minat	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan objek yang diteliti yakni <i>Shopee Paylater</i>	Pada penelitian ini meneliti tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan dan risiko dengan subjek mahasiswa di UIN Purwokerto. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.

			menggunakan <i>S-PayLater</i> .		
4	Teti Anggrayani (2021)	Pengaruh Keamanan dan Keputusan pelanggan terhadap penggunaan Fitur <i>Shopee Paylater</i> . Studi kasus: Mahasiswa IAIN Cirebon	Metode kuantitatif, menggunakan teknik <i>Non-Probability Sampling</i> . Dengan hasil: keamanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan fitur <i>S-PayLater</i> .	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel keamanan dan objek yang diteliti yakni <i>Shopee Paylater</i>	Pada penelitian ini meneliti tentang pengaruh keamanan dan kepuasan pelanggan dengan subjek mahasiswa di IAIN Cirebon. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
5	Nada Salsabila Putri (2021)	Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat terus menggunakan <i>Paylater</i> pada Aplikasi <i>Shopee</i>	Metode Kuantitatif, menggunakan teknik purposive sampling. Dengan hasil : Ekspektasi Kerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial,	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel keamanan dan objek yang diteliti yakni <i>Shopee</i>	penelitian ini menggunakan teori UTAUT 2 sedangkan penulis hanyameneliti beberapa faktor dari UTAUT 2 dengan subjek yang berbeda.

			Kondisi, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Kebiasaan, dan Tingkat Keamanan berpengaruh positif terhadap minat untuk terus menggunakan Shopee Paylater.	<i>Paylater</i>	
6	Mukminin, Rachman, dan Wahyudi (2019)	Penerapan UTAUT untuk perilaku Pengguna “PayLater” di Dalam Traveloka	Metode Kuantitatif dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Dengan Hasil: Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Fasilitas berpengaruh positif	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan objek yang diteliti yakni <i>Paylater</i>	Penelitian ini menggunakan teori UTAUT sedangkan penulis hanya meneliti beberapa faktor dari UTAUT dengan subjek yang berbeda.

			terhadap niat pengguna.		
7	Fadhila, Azhar dan Marpaung (2020)	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk dan Faktor Sosial terhadap Penggunaan Shopee PayLater	Metode Kuantitatif dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Dengan Hasil : Pengetahuan produk dan Faktor Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee Paylater. Sedangkan faktor religiusitas memiliki hubungan positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel faktor sosial dan objek yang diteliti yakni <i>Paylater</i> .	Pada penelitian ini meneliti tentang pengaruh religiusitas, pengetahuan produk dan faktor sosial Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.

			PayLater		
8	Adirinekso (2021)	Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan Gojek Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19 di DI Jakarta	Metode kuantitatif, menggunakan teknik <i>Non-Probability Sampling</i> . Dengan hasil: ekspektasi kerja, ekspektasi usaha, kondisi fasilitas, motif hedonisme dan kebiasaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Fintech Paylater. Sedangkan pengaruh sosial bagi pekerja urban tidak signifikan mempengaruhi minat dan perilaku menggunakan nya.	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel yang sama yakni faktor pengaruh sosial dan objek yang diteliti yakni minat penggunaan <i>Paylater</i> .	Pada penelitian ini menggunakan variabel ekspektasi kerja, ekspektasi usaha, kondisi fasilitas, motif hedonisme dan kebiasaan dan pengaruh sosial Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.

9	Mahardika Fauzi dan Mardi (2021)	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment Link Aja Syariah	Metode Kuantitatif dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Dengan Hasil : Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan Financial Technology Payment Link Aja Syariah.	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan variabel yang diteliti sama yaitu faktor keamanan dan objek yang diteliti yakni tentang <i>Financial Technology Payment</i>	Pada penelitian ini menggunakan variabel kemudahan penggunaan, keamanan, dan Persepsi Resiko. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
10	Eviana dan Saputra (2022)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran PayLater	Metode kuantitatif, menggunakan teknik <i>Non-Probability Sampling</i> . Dengan hasil: <i>Facilitating Conditions</i> ,	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan objek yang sama	Pada penelitian ini menggunakan variabel <i>Facilitating Conditions</i> , kemudahan, motivasi Hedonis, suku bunga dan pendapatan

			<p>kemudahan dan motivasi Hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan PayLater. Sedangkan suku bunga dan pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan PayLater.</p>	<p>untuk diteliti yakni tentang minat penggunaa n <i>Financial Technology (Fintech) PayLater</i></p>	<p>Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh lingkungan Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.</p>
11	<p>Rita Dewi Anggraeni Purnamasari, Hadi Sasana dan Ivo Novitaningtyas (2021)</p>	<p>Pengaruh <i>Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk</i>, dan <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian</p>	<p>Kuantitatif dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Dengan Hasil : variabel kemudahan, manfaat dan citra merk berpengaruh</p>	<p>Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan objek yang sama untuk diteliti yakni</p>	<p>Terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan dalam penelitian yakni <i>Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk</i>, dan <i>brand image</i> Sedangkan penulis meneliti</p>

		menggunakan metode pembayaran Paylater	terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel resiko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan metode pembayaran Paylater	tentang minat penggunaan <i>Financial Technology (Fintech) PayLater</i>	tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh lingkungan Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
12	Kezia M Oktavia (2021)	Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pelanggan dalam Membentuk Minat Penggunaan Ulang PayLater	Metode kuantitatif, menggunakan teknik <i>Non-Probability Sampling</i> . Dengan hasil : variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam membentuk minat.	Adanya persamaan penggunaan variabel yakni variabel keamanan dan dengan objek yang diteliti sama yakni tentang minat penggunaan <i>Financial Technology (Fintech)</i>	terdapat perbedaan variabel yang dipakai yaitu variabel kepercayaan dan dengan subjek yang diteliti pun berbeda.

			Sedangkan variabel keamanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan ulang PayLater.	<i>PayLater</i>	
13	Hendrik Agil Saputra, Ety Dwi Susanti (2022)	Pengaruh Persepsi kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Pengguna Paylater terhadap konsumtif masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater Usia Produktif Kota Surabaya)	Kuantitatif dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Dengan Hasil : Persepsi kemudahan, Manfaat berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat.	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan objek yang sama untuk diteliti yakni tentang minat penggunaa <i>Financial Technology (Fintech) PayLater</i>	Terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan dalam penelitian yakni Persepsi kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Pengguna Paylater. Dan terdapat perbedaan tempat subjek penelitian yang berbeda.
14	Afifah Adha	Peran	Berdasarkan	Penelitian	Terdapat

	Winaldi (2021)	Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Gojek PayLater	hasil penelitian variabel Resiko dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan Gojek PayLater.	menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan objek yang sama untuk diteliti yakni tentang minat penggunaan <i>Financial Technology (Fintech) PayLater</i>	perbedaan pada variabel yang digunakan dalam penelitian yakni Persepsi Resiko dan Kepercayaan. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh lingkungan Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
15	Inggardini Asarila Canestren dan Marheni Eka Saputri (2021)	Pengaruh Kepercayaan, kemudahan dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee PayLater.	Berdasarkan hasil penelitian variabel kepercayaan, kemudahan, dan resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan objek yang sama untuk diteliti yakni tentang	Terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan dalam penelitian yakni Kepercayaan, kemudahan dan Resiko. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan

			Shopee PayLater	minat penggunaa n <i>Financial Technology (Fintech) PayLater</i>	Pengaruh lingkungan Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo.
16	Widya Rahma Dhanty, Annisa Vini Cahyati dan Esther Tiara Alexandra (2022)	Pengaruh Kemudahan Paylater pada Aplikasi Shopee dan Promo Diskon Produk Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif	Variabel Kemudahan, Promo Diskon berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif.	Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dan menggunakan objek yang sama untuk diteliti yakni tentang minat penggunaa n <i>Financial Technology (Fintech) PayLater</i>	Terdapat perbedaan pada variabel yang digunakan dalam penelitian yakni Kemudahan Paylater pada Aplikasi Shopee dan Promo Diskon Produk. Sedangkan penulis meneliti tentang Pengaruh Keamanan Teknologi dan Pengaruh lingkungan Sosial dengan Subjek Mahasiswa FEBI UIN Walisongo

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini. Adapun kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif

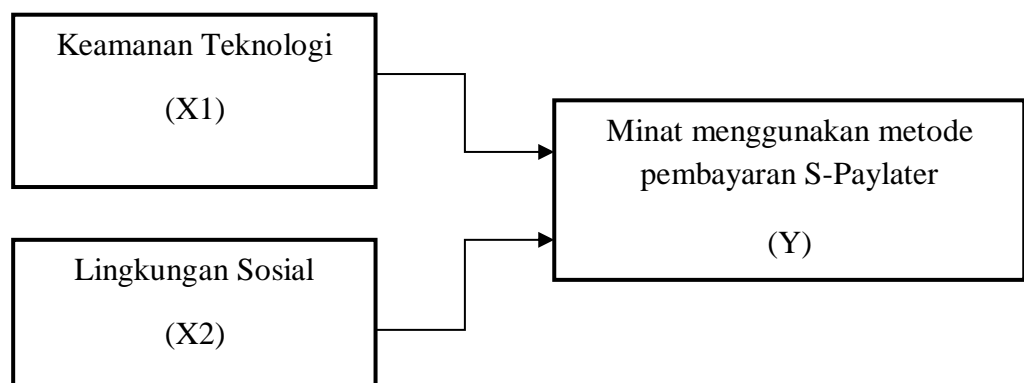
dengan cara pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, serta sama-sama meneliti mengenai minat penggunaan *Shopee PayLater*, sebagai variabel dependen dan menggunakan variabel keamanan teknologi dan pengaruh social sebagai variabel independent. Sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu mengenai studi kasus, waktu dan tempat penelitian yang berbeda.

2.3. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka teori di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka berfikir diatas bahwa variabel independen (keamanan teknologi dan lingkungan sosial) memiliki pengaruh langsung terhadap Variabel dependen (minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*). Kerangka pemikiran diatas menggambarkan antara variabel X1 perspsi keamanan teknologi, X2 lingkungan sosial dan variabel Y minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater* saling berhubungan atau berkaitan.

2.4. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Keamanan Teknologi Terhadap Minat Menggunakan S-PayLater

Dalam menggunakan sebuah teknologi diperlukan data pengguna agar bisa berjalan dengan baik seorang pengguna pasti berpikir dan juga khawatir terkait data yang mereka gunakan untuk menjalankan teknologi tersebut, apakah aman atau tidak. Terlebih lagi penggunaan *paylater* ini ada beberapa risiko yang bisa terjadi, seperti peretasan data pengguna. Maka dari itu keamanan teknologi merupakan suatu hal yang penting dalam penggunaan teknologi. Semakin baik sistem keamanan suatu teknologi, semakin berminat pula masyarakat menggunakan fitur tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Teti Anggrayani menyatakan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap variabel penggunaan fitur *Shopee PayLater*.⁶⁸ Penelitian selanjutnya oleh Muhammad Rizza Sabit Banani dan Evi Selvi menyatakan bahwa keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *S-PayLater*.⁶⁹ Berdasarkan penelitian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_a = Berpengaruh signifikan antara keamanan teknologi terhadap minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*

H_0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan teknologi terhadap minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*.

2. Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan S-PayLater

Pengaruh lingkungan sosial diartikan sebagai tingkat dimana seorang individu menganggap bahwa orang lain mampu meyakinkan dirinya bahwa dia harus menggunakan sistem teknologi baru. Pengaruh lingkungan sosial biasanya mempengaruhi seseorang ketika ingin memutuskan sesuatu. Apabila banyak orang yang menganggap bahwa suatu produk baik, maka produk tersebut akan lebih dipercayai orang lain. Dan apabila masyarakat memberikan stigma negatif maka bisa mempengaruhi orang lain untuk

⁶⁸Teti Anggrayni, "Pengaruh Keamanan dan Keputusan pelanggan terhadap penggunaan Fitur *Shopee Paylater*. Studi kasus: Mahasiswa IAIN Cirebon", 2021.

⁶⁹Riza Sabit & Selvi, E., "Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *Shopee PayLater*, (Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 2023, 9(1)), hlm.288

tidak menggunakan suatu produk. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Rachmawati menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat penggunaan.⁷⁰ Penelitian selanjutnya oleh Nada Salsabila Putri, menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat untuk terus menggunakan *S-PayLater*.⁷¹ Berdasarkan penelitian diatas, maka dirumuskan hipotesis:

H_a = Berpengaruh signifikan antara lingkungan sosial terhadap minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*

H_0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan antara lingkungan sosial terhadap minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*.

3. Pengaruh Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan S-PayLater

Keamanan menjadi tantangan bagi para penerbit uang elektronik dalam menciptakan sistem keamanan yang lebih baik. Semakin baik sistem keamanan, maka semakin percaya pula masyarakat dalam menggunakannya. Semakin tinggi pengaruh sosial disekeliling pengguna, semakin tinggi pula minat untuk menggunakan *Shopee PayLater*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nada Salsabila Putri, menyatakan bahwa Pengaruh Sosial dan Keamanan Teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat untuk terus menggunakan *Shopee PayLater*.⁷² Berdasarkan penelitian diatas, maka dirumuskan hipotesis:

H_a = Berpengaruh signifikan antara keamanan teknologi dan lingkungan sosial terhadap minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*

H_0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan antara keamanan teknologi dan lingkungan sosial terhadap minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*.

⁷⁰ Anggraini, Indira Rachmawati and, Eka Latifah, 'Analysis Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Using the UTAUT2 Model (A Case Study of OVO in Indonesia)', *International Journal of Scientific Research and Engineering Development* 3, 2019, hlm. 168-75 <www.ijrsred.com>.

⁷¹ Nada Salsabila Putri, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Terus Menggunakan Fitur Paylater Pada Aplikasi Shopee Paylater", 2022, hlm.76

⁷² *Ibid*, hlm.77-78

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel yang dimaksud adalah menjelaskan secara singkat tentang variabel. Penelitian ini dengan judul “ Pengaruh Persepsi Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran *PayLater* pada Aplikasi *Shopee*”. Penelitian ini mengangkat dua variabel independen dan satu variabel dependen. Adapun dua variabel independen yaitu Pengaruh Keamanan Teknologi (X1) dan Lingkungan Sosial (X2), dengan variabel dependen Minat Menggunakan Metode Pembayaran *PayLater* pada Aplikasi *Shopee* (Y).

Tabel 3. 1 Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Keamanan Teknologi	Menurut Enck, Ongtang, dan McDaniel menjelaskan keamanan sebagai sebuah pegangan atau kepercayaan bahwa data pribadi konsumen tidak akan terlihat dan disimpan, atau dimanipulasi oleh orang yang tidak berhak. sebuah pegangan atau (Debby Cynthia, Sienny Thio dan Joshua Wilson, <i>Jurnal Manajemen Perhotelan</i> , 2020) Prilano, Sudarso, dan Fajrillah (2020) menyatakan bahwa keamanan adalah dimana	Menurut Prilano, Sudarso, dan Fajrillah (2020) indikator yang dapat mengukur keamanan: Jaminan Keamanan Transaksi dengan S-PayLater memberikan rasa aman Keamanan saldo pada S-Paylater terjamin Kerahasiaan Data Kerahasiaan data	Skala Likert

		konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi online.	pribadi terjamin saat bertransaksi	
2.	Lingkungan Sosial	Menurut Wang and Chou pengaruh sosial yang timbul akibat situasi perilaku konsumen yang bisa diamati oleh konsumen lain, yang mencerminkan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh bagaimana persepsi konsumen tersebut perilaku orang lain. (Steven Haryono dan Ritzky Karina M.R Brahmana, <i>Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA</i> 3, 2015)	Kelompok Acuan / melihat perilaku konsumen lain Lingkungan Sekitar	Skala Likert
3.	Minat menggunakan S-Paylater	Menurut Krempel &Beyerer, Behavior Intention (BI) adalah sejauh mana subjek menyatakan untuk menggunakan teknologi dimasa depan. Minat disini diartikan sebagai keinginan menggunakan suatu teknologi. (Hasanah Jaya Asja, Santi Susanti, dan Ahmad Fauzi, <i>Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen</i> , 2021).	Menurut Venkatesh (2008) item yang membentuk minat: Berminat menggunakan Kemudahan dalam bertransaksi	Skala Likert

3.2. Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.2.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan mendapatkan data dalam bentuk angka ataupun data yang diangkakan.⁷³ Kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang real, berpola, rasional. Dan dalam segi penilaian, termasuk bebas nilai, dan objektif.

3.2.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuisioner atau wawancara dalam pengumpulan data, maka sumber data tersebut disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan dari peneliti.⁷⁴ Sumber data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh peneliti dengan pengisian kuesioner yang akan diisi oleh responden yaitu mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi merupakan seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Nilai yang dihitung dan diperoleh dari populasi ini disebut dengan parameter.⁷⁵ Menurut Sugiyono dalam penelitian Filza Izati, populasi diartikan wilayah generalisasi atau obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.⁷⁶ Populasi adalah nilai pengukuran maupun perhitungan suatu penelitian dari karakteristik tertentu tentang sekelompok objek

⁷³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2014, hlm.14.

⁷⁴ Awal Isgiyanto, *Teknik Pengambilan Sampel: Pada Penelitian Non-Eksperimental* (Yogyakarta: Mitra Cendekia Offset, 2009), hlm.11.

⁷⁵ Drs. Kuntjojo, *“Metode Penelitian”* (Kediri: Universitas Nusantara PGRI), 2009, hlm.33

⁷⁶ Filza Izzati, *‘Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Travel Haji Dan Umroh’* (UIN Raden Fatah Palembang, 2017), hlm.40.

yang lengkap dan jelas. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang (angkatan 2017-2020) sejumlah 682 jiwa. Pemilihan populasi ini dikarenakan memudahkan peneliti untuk mendapatkan data.

Tabel 3. 2 Data Mahasiswa Febi

Sumber Data Diolah Diperoleh dari masing-masing prodi (26 September 2023)

Data Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang					
Angkatan 2017-2020					
Prodi	2017	2018	2019	2020	Total
S1 Ekonomi Islam	20	22	61	97	200
S1 Perbankan Syariah	26	26	72	91	215
S1 Akuntansi Syariah	11	19	44	89	163
S1 Manajemen	0	2	26	76	104
Total Mahasiswa	682				

3.3.2. Sampel

Menurut Djarwanto sebagaimana dikutip oleh Drs. Kuntjojo, Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti.⁷⁷ Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagian mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang (2017-2020) Bila populasi besar, maka peneliti dapat menggunakan sampel saja yang diambil dari populasi. Kesimpulan yang didapat akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus representatif.⁷⁸ Untuk menentukan sampel penelitian, maka digunakan rumus slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi sampel,

e = batas kesalahan yang diinginkan 10%

⁷⁷ <https://www.statistika.com/2012/10/pengertian-populasi-dan-sampel.html> diakses pada tanggal 1 Juli 2021 pukul 15.30

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R%D*, Bandung: Alfabeta, 2008, hlm.81.

Berdasarkan rumus tersebut, maka besarnya sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan data yang diperoleh dari mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang adalah:

$$n = \frac{682}{1+682(0,1)^2} = \frac{682}{6,83} = 99,8535 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

Jadi, dalam penelitian ini menggunakan 100 *mahasiswa* untuk menjadi sampel.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probably Sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Non probability sampling* adalah metode menentukan sampel dengan tidak memberikan peluang yang sama kepada unsur-unsur yang dipilih menjadi sampel. Sedangkan yang dimaksud dengan *purposive sampling* merupakan teknik yang digunakan dalam memilih sampel dengan terlebih dahulu ditentukan kriteria-kriteria tertentu yang telah dipertimbangkan.⁷⁹

Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 99 mahasiswa dan jika dibulatkan menjadi 100 responden. Sedangkan karakteristik responden yang akan diambil yaitu sebagai berikut :

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang angkatan 2017-2020
2. Mahasiswa pengguna aplikasi Shopee

3.4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuisisioner atau angket. Pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti adalah dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada responden. Kuisisioner nantinya dibagikan kepada mahasiswa FEBI Uin Walisongo Semarang (2017-2020). Tipe pertanyaan dalam kuisisioner tersebut adalah pertanyaan tertutup dimana responden dapat langsung membubuhkan tanda centang pada

⁷⁹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)

alternatif jawaban yang telah disediakan. Pengumpulan data dilakukan dengan mengirim kuesioner kepada responden dan diisi secara online dengan melalui link *google form* yang peneliti sudah siapkan.

3.5. Skala Pengukuran

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yaitu dengan cara variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert dapat menggunakan pilihan kata-kata. Skala Likert 1-5 diantaranya:

- a. Sangat Setuju = SS, diberi nilai 5
- b. Setuju = S, diberi nilai 4
- c. Biasa Saja = BS, diberi nilai 3
- d. Tidak Setuju = TS, diberi nilai 2
- e. Sangat Tidak Setuju = STS, diberi nilai 1

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif adalah kegiatan pengumpulan, *pengelompokan*, pengolahan, penganalisisan dan penyajian data penelitian pada satu kelompok sampel penelitian yang meliputi pengujian simpangan baku, variansi, rentang data, nilai terendah, nilai tertinggi, jumlah data serta rata-rata data penelitian.⁸⁰

Analisis deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.⁸¹

⁸⁰<https://aksiomatik.wordpress.com/2017/02/10/uji-statistik-deskriptif/> diakses pada 8 Juli 2021 pukul 11.48

⁸¹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, hlm. 29

3.6.2. Uji Kualitas Data

3.6.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan tujuan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan *valid* jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali 2006).

Validitas tiap soal sangat tergantung jumlahnya yang bisa dilihat dari hasil pengolahan data melalui program SPSS. Suatu alat pengukur dikatakan valid atau sah apabila telah digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁸² Hasil r hitung akan dibandingkan dengan r tabel dimana dengan sig 5%. Jika R hitung $>$ R tabel, maka variabel itu dikatakan valid. Jika R hitung $<$ R tabel maka variabel itu dikatakan tidak valid.

3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,70.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Berikut adalah beberapa uji asumsi klasik yang dipakai :

⁸² Jusuf Soewadji, Pengantar Metodologi Penelitian (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm.173.

3.6.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak.⁸³ Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah uji *kolmogorov smirnov*. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.⁸⁴

3.6.3.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui korelasi (hubungan kuat) antara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikorelasi. Uji multikolonieritas perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu.⁸⁵ Menurut Wijaya, beberapa cara mendeteksi gejala multikolonieritas sebagai berikut:⁸⁶

1. Nilai R^2 dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, namun secara individual variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
2. Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika korelasi cukup tinggi ($> 0,90$) hal ini merupakan indikasi adanya gejala multikolonieritas.
3. Multikolonieritas dapat pula dilihat dari nilai VIF (variance inflating factor). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinearitas dapat ditoleransi dan tidak terjadi gejala multikolonieritas diantara variabel bebas. Jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi gejala multikolonieritas antar variabel bebas
4. Nilai Eigenvalue yaitu jumlah satu atau lebih variabel bebas yang mendekati nol hingga menunjukkan adanya multikolonieritas.

⁸³ <https://statistikian.com/2013/01/uji-normalitas.html> diakses pada tanggal 8 Juli 2021 pukul 12.42

⁸⁴ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 93

⁸⁵ Umar Husein, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), hlm. 110.

⁸⁶ Wijaya Toni, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2009), hlm. 119.

3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskeditas bertujuan Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual antar satu periode pengamatan ke periode pengamatan lain yang dilihat dari pola gambar *scatterplot* suatu model. Heterokedastisitas umumnya terjadi pada model yang data *cross section* dari pada *timeseries*.⁸⁷ Heteroskedastisitas menunjukkan varians variabel yang tidak sama. Jika varians residual satu pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas.

Metode untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan memakai analisis grafik. Bila pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang melebar lalu menyempit), maka menunjukkan sudah terjadi heteroskedastisitas. Namun bila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar dari atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas. Selain dengan analisis grafik, agar mendapat hasil yang lebih akurat perlu dilakukan analisis uji statistik yaitu uji Glejser yaitu dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil dari uji Glejser menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas nilai signifikansi > 0,05 dari perhitungan SPSS.⁸⁸

3.6.4. Uji Analisis Data

3.6.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang memiliki variable bebas lebih dari satu. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dua variabel bebas.⁸⁹ Uji ini digunakan untuk menjawab permasalahan apakah variabel Persepsi Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan metode

⁸⁷ Duwi Priyatno, Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20 (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), hlm.79.

⁸⁸ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm.143

⁸⁹ Agus Widarjon, *Analisis Statistika...*, hlm.56.

pembayaran *S-Paylater*. Analisis regresi linier berganda memberikan kemudahan untuk memasukkan beberapa variabel independen yang tidak melebihi k , dimana jumlah k lebih kecil dari jumlah observasi. Sehingga model regresi linier berganda untuk populasi adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y= Minat

X₁= Persepsi Keamanan Teknologi

X₂= Lingkungan Sosial

β_0 = Bilangan Konstanta

β_1, β_2 , = Koefisien Regresi

e = Variabel Gangguan

3.6.5. Uji Hipotesis

Pembuktian hipotesis dilakukan menggunakan uji statistik yang didukung oleh uji ekonometrik sebagai berikut:⁹⁰

3.6.5.1. Uji Statistik t

Uji statistik t (Uji Signifikan Parameter Individual), Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat mengetahui signifikansi pengaruh variabel Keamanan Teknologi (X₁) Pengaruh Sosial (X₂) terhadap minat menggunakan metode pembayaran *PayLater* (Y). Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan jika nilai signifikansi (Sig.) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat atau hipotesis sementara.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan jika nilai signifikansi (Sig.) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis ditolak.

3.6.5.2. Uji Statistik F

⁹⁰ Ayuk Wahdanfiari, "Pengaruh Latar Belakang Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Etos Kerja Karyawan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kediri" (IAIN Tulungagung, 2014).

Uji statistik F (Uji Signifikan Simultan), Untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara Persepsi Keamanan Teknologi dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Menggunakan metode Pembayaran *PayLater*.

- a. Apabila $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} dan Jika nilai Sig. < 0.05 maka hipotesis diterima. artinya semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Apabila $F_{hitung} <$ dari F_{tabel} Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. artinya semua variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

3.6.5.3. Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien determinasi berganda (R^2) digunakan untuk Analisis guna mengetahui kontribusi variabel independen (persepsi keamanan teknologi dan pengaruh sosial) terhadap variabel dependen (minat penggunaan metode pembayaran S-Paylater) Koefisien determinasi akan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sehingga dapat mengidentifikasi kontribusi pengaruh antar indikator.⁹¹

⁹¹ Gujrati, D.N,dan D.CDasar-Dasar Ekonometrika (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm.78.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum FEBI UIN Walisongo Semarang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang berdiri pada tanggal 13 Desember 2013, diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suryadharma Ali. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dilatarbelakangi beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah jalur pendidikan yang aplikatif dan sangat strategis untuk memenuhi kebutuhan bidang ekonomi khususnya sektor perbankan Nasional serta memenuhi tantangan perkembangan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan masyarakat modern saat ini dan akan datang.
2. Banyaknya bank-bank konvensional yang membuka layanan syariah, disamping tentu telah banyaknya lahir bank-bank syariah baru. Saat ini tercatat beberapa bank umum yang telah membuka pelayanan syariah yakni Bank IFI, Bank Syariah Danamon, BRI Syariah, BCA Syariah, dan lain-lain. Dan tentunya semakin semaraknya masyarakat mendirikan Bank Perkreditan Syariah (BPRS) dan Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) menjadi bukti bahwa sistem perbankan syariah mulai diterima dan bahkan akan menjadi sistem perbankan alternatif. Hal itu menunjukkan bahwa akan terus banyak dibutuhkan dan diperlukan tenaga-tenaga profesional perbankan syariah pada saat ini maupun akan datang.
3. Banyaknya lulusan Madrasah Aliyah maupun SMU yang lebih memilih kuliah ke perguruan tinggi umum hanya dikarenakan program studi perguruan tinggi umum terlihat lebih prospektif, lebih *marketable* dan menjanjikan bidang lapangan kerja yang lebih luas. Padahal baik lulusan MA ataupun SMU merupakan basic-source calon mahasiswa. Oleh

karenanya diperlukan terobosan pembukaan program studi baru di lingkungan Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang yang lebih aplikatif dan ditunjang dengan jaringan pengelolaan dan pemagangan yang profesional.

4. Keberadaan tenaga ahli ekonomi dan perbankan Syariah semakin diperlukan. Hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya bank-bank umum konvensional yang membuka pelayanan syariah.
5. IAIN Walisongo terletak di wilayah sentra ekonomi dan kawasan industri yang banyak dikelilingi berbagai jenis industri, unit usaha serta berbagai lembaga keuangan. Wilayah ini sangat kondusif bagi kegiatan akademis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Didirikannya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo menjadi semacam simbiosis mutualisme antara dunia pendidikan dengan dunia usaha.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang mempunyai beberapa program studi seperti: D3 Perbankan Syariah, S1 Ekonomi Syariah, S1 Perbankan Syariah, S1 Akuntansi Syariah, S1 Manajemen, dan S2 Ekonomi Syariah.

Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo

VISI

Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis islam berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038.

MISI

1. Menyelenggarakan pendidikan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang responsive terhadap kebutuhan masyarakat.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa social dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
4. Mengggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan local bidang ekonomi dan bisnis islam.

5. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai Lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional dibidang Pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumberdaya.
6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan professional berstandar Internasional.

Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan professional bidang ekonomi dan bisnis islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
2. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis islam yang kontributif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.
3. Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai islam di bidang ekonomi dan bisnis.
4. Berperan melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagai manifestasi integritas islam dalam kearifan local dalam berekonomi.
5. Terbangunnya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan.
6. Terwujudnya tata kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional.⁹²

4.2. Deskripsi Data Penelitian dari Responden

4.2.1. Deskriptif Data Penelitian

Deskripsi data penelitian yang berasal dari responden ditujukan untuk melihat serta menjabarkan cara untuk memperoleh data serta karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* data, data yang akan dikumpulkan peneliti dilakukan secara langsung dan menggunakan kuisisioner kepada responden yang telah

⁹² <https://febi.walisongo.ac.id>

dipilih yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang angkatan tahun 2017-2020

Tabel 4. 1 Data Mahasiswa Febi
Data Mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang
Angkatan 2017-2020

Prodi	2017	2018	2019	2020	Total
S1 Ekonomi Islam	20	22	61	97	200
S1 Perbankan Syariah	26	26	72	91	215
S1 Akuntansi Syariah	11	19	44	89	163
S1 Manajemen	0	2	26	76	104
Total Mahasiswa	682				

Penyebaran kuisisioner dilakukan dari tanggal 07 Desember 2022 hingga 20 Desember 2022. Dalam pelaksanaannya dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada responden secara tidak langsung dengan menggunakan *google form* kuisisioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 responden. Hasil data yang didapatkan kemudian akan diolah dengan menggunakan program analisis SPSS 23

4.3. Karakteristik Responden

Data karakteristik responden dipakai untuk menggambarkan kondisi responden sehingga peneliti mudah dalam memahami hasil-hasil dalam penelitian. Karakteristik responden di penelitian ini antara lain nama responden, jenis kelamin dan angkatan mahasiswa.

4.3.1. Jenis Kelamin

Dari karakteristik jenis kelamin, data responden dijabarkan dalam tabel 4.1, sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	18	18 %
Perempuan	82	82 %
Total	100	100 %

Tabel 4.2 menunjukkan objek penelitian berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut menunjukkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 18 orang dengan presentase 18%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 82 orang dengan presentasi 82%. Dari tabel tersebut jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan.

4.3.2. Angkatan

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Frekuensi	Persen
2017	19	18,8%
2018	40	38,6%
2019	29	28,7%
2020	12	13,9%
Total	100	100%

Sumber : data yang diolah

Dari tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwasannya objek penelitian berdasarkan angkatan mahasiswa FEBI UIN Walisongo Semarang. Dari tabel tersebut menunjukkan bahwasannya angkatan 2017 berjumlah 19 responden dengan presentase 18,8%, selanjutnya mahasiswa angkatan 2018 berjumlah 40 responden dengan presentase sebesar 38,6% dan mahasiswa angkatan 2019 berjumlah 29 responden dengan presentase 28,7%, serta mahasiswa angkatan 2020 berjumlah 12 responden, dengan presentase 13,9%.

4.4. Uji Instrumen

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan kuisioner yang telah disebarkan oleh peneliti. Uji validitas dalam suatu penelitian adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen (kuisioner) penelitian yang digunakan mampu mengukur variabel yang akan diukur. Suatu instrumen dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut. Artinya, jika kuisioner tersebut terbukti baik validitas dan reliabilitasnya, maka kuisioner tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji validitas yang sering digunakan adalah *product moment person correlation*. Analisis ini menggunakan cara dengan mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total yang diperoleh dari jawaban masing-masing responden. Cara uji validitas itu sendiri dengan membandingkan nilai R_{hitung} dengan R_{tabel} . Jika nilai $R_{hitung} \geq R_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan pada kuisioner berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai $R_{hitung} \leq R_{tabel}$, dinyatakan tidak valid. Berdasarkan nilai r-tabel dengan jumlah data $N = 100$ dari signifikansi 5% r-tabel, maka diperoleh nilai 0,196.

Hasil uji validitas dapat dinilai pada tabel-tabel berikut, dengan menggunakan IBM SPSS Statistic versi 23:

Tabel 4. 4 Hasil uji validitas keamanan teknologi (X1)

Item Kuisioner	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,771	0,1966	Valid
X1.2	0,801	0,1966	Valid
X1.3	0,734	0,1966	Valid
X1.4	0,835	0,1966	Valid

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa instrument pada variable X1 mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari pada r table. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item instrument adalah valid dan layak digunakan untuk penelitian.

Tabel 4. 5 Hasil uji validitas lingkungan sosial (X2)

Item Kuisisioner	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,875	0,1966	Valid
X2.2	0,872	0,1966	Valid
X2.3	0,790	0,1966	Valid

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas, dapat dilihat bahwa instrument pada variable X2 mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari pada r table. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item instrument adalah valid dan layak digunakan untuk penelitian.

Tabel 4. 6 Hasil uji validitas minat menggunakan S-Paylater (Y)

Item Kuisisioner	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Y1	0,899	0,1966	Valid
Y2	0,896	0,1966	Valid
Y3	0,883	0,1966	Valid

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 diatas perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa syarat minimum yang harus dipenuhi agar kuesioner dikatakan valid yaitu r_{hitung} lebih besar dari $r_{tabel} = 0,1966$ dapat terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan semua item pertanyaan dalam kuesioner dikatakan valid.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebagai konsistensi sebuah hasil penelitian dengan menggunakan berbagai metode penelitian dalam kondisi (tempat dan waktu) yang berbeda. Secara khusus, konsep reliabilitas mengacu pada konsistensi

hasil *score* pada item-item yang terdapat pada kuesioner, sehingga uji reliabilitas sesungguhnya menguji ketepatan skala-skala pengukuran instrumen penelitian. Dengan demikian tujuan utama uji reliabilitas instrumen penelitian ialah untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan peneliti kuantitatif. Kuesioner dinyatakan reliabel jika instrumen tersebut dapat menyediakan hasil skor yang konsisten pada setiap pengukuran. Dengan demikian, alat pengukuran tersebut (butir-butir pernyataan/pertanyaan) tetap menyediakan hasil pengukuran yang konsisten dalam waktu yang berbeda.⁹³

Uji reliabilitas ini tidak sama uji validitas, uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya tiap butir kuesioner, sementara uji reliabilitas adalah keseluruhan dari setiap butir pernyataan/pertanyaan dalam kuesioner. Uji reliabilitas menggunakan uji *Cronbach's Alpha* atau konsistensi internal diantara item-item pernyataan dalam sebuah instrument. Dalam suatu konstruk atau variabel, dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's Alpha* > 0,60, dan apabila hasil tersebut sebaliknya, maka dinyatakan tidak reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas pada setiap variabel yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan IBM SPSS Statistic versi 23, sebagaimana pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4. 7 Perolehan Uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha Coefficient</i> (α)	Keterangan
X1	0,794	Reliable
X2	0,800	Reliable
Y	0,862	Reliable

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan table 4.7 dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner reliabel karena syarat minimum *Cronbach Alpha Coefficient* (α) lebih dari 0,6 dapat terpenuhi.

⁹³ Dyah Budiastuti, Agustinus Bandur. *Validitas dan Reliabilitas Penelitian dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan Amos*. Penerbit Mitra Wacana Media : Jakarta.2018.

Variabel X1 memiliki nilai *Cronbach Alpha Coefficient* (α) sebesar 0,794. Variabel X2 memiliki nilai *Cronbach Alpha Coefficient* (α) sebesar 0,800. Dan variabel Y memiliki nilai *Cronbach Alpha Coefficient* (α) sebesar 0,862. Semua variable memiliki nilai *Cronbach Alpha Coefficient* (α) $>$ 0,60 sehingga dapat dikatakan semua variable dalam penelitian ini reliabel.

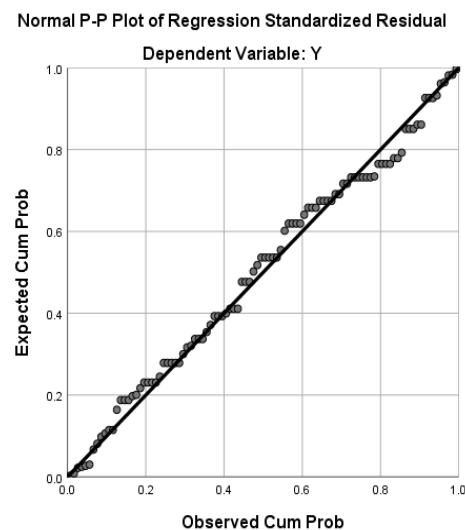
4.5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur apakah data penelitian berdistribusi normal, sehingga data tersebut dapat dipakai untuk penelitian. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui suatu variabel yang digunakan dalam penelitian normal atau tidak. Untuk menguji normalitas data penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov-Smirnov* (Sugiyono, 2005:75).

Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikansinya. Jika signifikansinya $>$ 0,05 maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansinya $<$ 0,05 maka tidak berdistribusi normal. Dalam pengolahan data ini, peneliti menggunakan IBM SPSS Statistics versi 22. Berikut adalah hasil pengujian dengan uji *Kolmogrov-Smirnov* pada tabel 4.15 dibawah ini

Tabel 4. 8 Perolehan uji normalitas



Pengambilan dasar keputusan dari uji Normal P-P plot Of Regressions Standarized residual yaitu jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi uji asumsi normalitas. Dilihat dari gambar diatas, data menyebar di sekita garis diagonal.

Tabel 4. 9 Perolehan uji one-sampel kolmogorov-smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19641910
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.060
	Test Statistic	.069
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sesuai dengan uraian diatas, menunjukan nilai signifikan (*Asymp.sig (2-tailed)*) adalah 0,200. Angka signifikan ini lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa sebaran data dalam penelitian ini terdistribusi normal, karena telah memenuhi syarat yaitu nilai signifikan $> 0,05$.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan) antar variabel bebas (Ghazali,2006:91). Uji multikolinearitas ialah keadaan dimana terdapat hubungan antara variabel bebas (X) satu dengan variabel yang lainnya. Multi kolinearitas antar variabel bisa dilihat dari

nilai *tolerance* dan *variances inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF<10,00, maka tidak terjadi adanya multikolinearitas (Ghazali, 2006:92). Berikut adalah tabel uji multikolinearitas pada tabel 4.10 dibawah ini :

Tabel 4. 10 Perolehan Uji multikolinariaritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.621	1.611
X2	.621	1.611

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas diatas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* dan nilai VIF pada variabel persepsi keamanan teknologi menunjukkan angka 0,621 dan nilai VIF 1,611.Dan variabel pengaruh sosial menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0,621 dan nilai VIF sebesar 1,611. Semua variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini bebas gejala multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

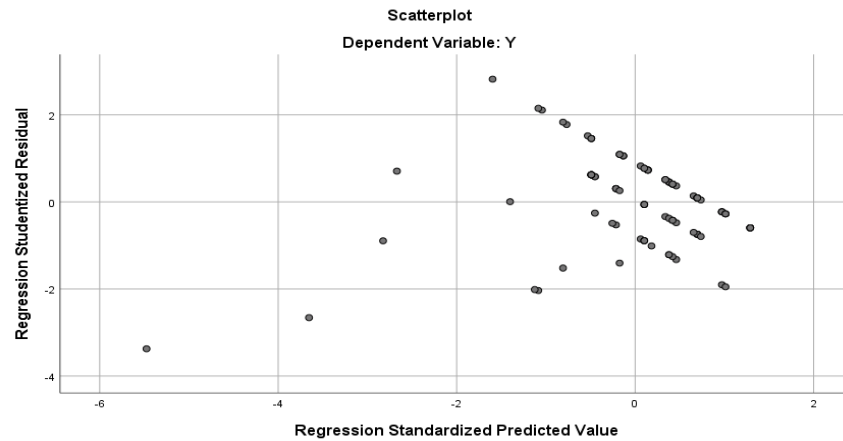
Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana semua residual atau error mempunyai varian yang tidak konstan atau berubah-ubah. Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi tidak terjadi ketidaksamaan varians pada residual (error) dari satu pengamatan ke pengamatan lain.⁹⁴

Guna mengetahui adanya hesterokedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser dengan ketentuan, apabila nilai signifikan < 0.05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai signifikan > 0,05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Untuk

⁹⁴ Singgih santoso, *buku latihan SPSS statistik parametrik*, Jakarta :PT. Elex media komputindo, 2000, h. 238

melihat ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 4.17 di bawah ini :

Tabel 4. 11 Perolehan uji heterokedastisitas



Heterokedastisitas tidak akan terjadi jika titik-titik dalam scatterplot menyebar secara acak. titik-titik harus menyebar dibagian atas maupun dibagian bawah angka nol dari sumbu vertical maupun sumbu Y. berdasarkan gambar diatas dalam penelitian ini membuktikan tidak terjadi heterokedastisitas, karena titik-titik dalam scatterplot menyebar dan tidak berpola, sehingga sesuai dengan dasar pengambilan keputusan. Selain itu, untuk membuktikan terjadi tidaknya heterokedastisitas dalam penelitian ini dapat juga menggunakan uji glejser.

Tabel 4. 12 Perolehan uji heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	4.822	.552		8.742	.000
	X1	-.187	.038	-.519	-4.985	.077
	X2	-.044	.044	-.104	-1.001	.319

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari hasil uji Glejser dalam tabel 4.12 pengambilan keputusan uji heterokedastisitas dilihat berdasarkan nilai Sig. masing-masing variabel

independen. Variabel keamanan teknologi memiliki nilai Sig sebesar 0,077 yang berarti lebih besar dari 0,05. Variabel pengaruh sosial mempunyai nilai Sig yang menunjukkan angka 0,319 dimana angka ini lebih besar dari 0,05.

Kedua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Sig yang melebihi 0,05. Sehingga variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heterokedastisitas karena telah memenuhi syarat nilai Sig > 0,05.

4.6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Variabel independen yang digunakan dalam regresi linear berganda adalah minimal dua variabel independen. Untuk mengetahui nilai dari persamaan tersebut bisa dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4. 13 Perolehan uji regresi linier berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.507	1.110		1.357	.178
	X1	.382	.075	.427	5.058	.000
	X2	.438	.089	.414	4.906	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan output pengujian regresi linear berganda serta didapatkan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1,507 + 0,382 X_1 + 0,438 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Penggunaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel persepsi keamanan teknologi

β_2 = Koefisien regresi variabel pengaruh sosial

X_1 = persepsi keamanan teknologi

X_2 = pengaruh sosial

e = Standar error

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Koefisien (α) bertanda positif, maka nilai konstanta dari persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebesar 1,507 menyatakan bahwa jika variabel keamanan teknologi dan pengaruh sosial bernilai nol, maka penggunaan metode pembayaran *paylater* mengalami kenaikan sebesar 1,507%.

b. Koefisien X_1 (persepsi keamanan teknologi)

Nilai koefisien regresi X_1 dalam persamaan diatas sebesar positif 0,382, Hal ini menunjukkan apabila variabel-variabel independen yang lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan keamanan teknologi sebesar 1 persen akan diikuti dengan kenaikan nilai penggunaan metode pembayaran *paylater* sebesar 0,382%.

c. Koefisien X_2 (Lingkungan Sosial)

Nilai koefisien regresi X_2 dalam persamaan diatas sebesar positif 0,438, Hal ini menunjukkan apabila variabel-variabel independen yang lain bersifat konstan, maka setiap kenaikan pengaruh social sebesar 1 persen akan diikuti dengan kenaikan nilai penggunaan metode pembayaran *paylater* sebesar 0,438%

4.7. Hasil Uji Hipotesis

4.7.1. Uji Signifikasi Parsial (T-test)

Uji koefisien regresi parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t ini merupakan bahan pertimbangan apakah suatu hipotesis penelitian akan diterima atau ditolak. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel penelitian, berikut kriteria pengujiannya :

a) Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

b) Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependennya.

Diketahui t_{tabel} untuk $df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi $df = 100-2-1 = 97$ dan tingkat signifikansi $0,05$, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $1,984$.

**Tabel 4. 14 Perolehan uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.507	1.110		1.357	.178
X1	.382	.075	.427	5.058	.000
X2	.438	.089	.414	4.906	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS yang telah dilakukan, didapatkan penjabarannya yaitu:

1. Pengujian terhadap variabel keamanan teknologi

Angka signifikan yang dimiliki variabel keamanan teknologi sebesar $0,000$. Nilai t_{hitung} sebesar $5,058$ sedangkan t_{tabel} $1,984$. Sehingga nilai $t_{hitung} 5,058 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan teknologi berpengaruh terhadap penggunaan metode pembayaran *paylater*, maka H_a diterima.

2. Pengujian terhadap variabel pengaruh social

Angka signifikan yang dimiliki variabel pengaruh sosial sebesar $0,000$. Dan nilai t_{hitung} sebesar $4,906$ sedangkan t_{tabel} $1,984$. Sehingga nilai $t_{hitung} 4,906 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan metode pembayaran *paylater*, maka H_a diterima.

4.7.2. Uji Signifikansi Simultan (F-test)

Uji F dilakukan untuk melihat dan mengetahui secara bersamaan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel independen. Untuk mengetahuinya, maka dapat dilihat melalui perbandingan nilai F hitung dengan F tabel. Ketentuannya adalah apabila F hitung > F tabel maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan. Selain melihat perbandingan tersebut, pengaruh variabel juga dapat dilihat melalui besarnya nilai signifikansi. Apabila nilai dari signifikansinya < 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan. Uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15 dibawah ini:

Tabel 4. 15 Perolehan uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.800	2	94.400	64.616	.000 ^b
	Residual	141.710	97	1.461		
	Total	330.510	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Untuk menginterpretasikan tabel 4.20 diatas, maka terlebih dahulu dicari nilai Ftabel dengan rumus sebagai berikut:

$$F = (k; n-k)$$

k= jumlah variabel independen (4)

n= jumlah sampel (100)

Jadi, perhitungannya adalah $F = (2; 100-2)$ hasilnya adalah $F = (2; 98)$, nilai tersebut di dalam F tabel adalah 3,09. Berdasarkan hasil olah data pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X_1 dan X_2 adalah F hitung lebih besar dari F tabel, dan hasilnya $64,616 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000, hal

ini memberikan kesimpulan bahwasannya untuk hasil tersebut diterima, yang berarti terdapat pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y .

4.7.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasi, maka semakin besar juga kemampuan variabel bebas (variabel X) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat (variabel Y). Koefisien determinasi (R^2) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y yang dijelaskan oleh variabel X . Jika koefisien determinasi sama dengan 0 artinya dari Y tidak dapat dijelaskan oleh X sama sekali. Sementara jika R^2 sama dengan satu maka berarti variasi dari variabel Y secara keseluruhan dapat dijelaskan oleh variabel X . Berikut tabel uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.21 dibawah ini:

Tabel 4. 16Perolehan Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 ^a	.571	.562	1.209

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square (Koefisien Determinasi) yang didapat adalah 0,562. Hal ini menunjukkan besarnya presentase variabel keamanan teknologi dan dalam menjelaskan variabel dependennya yaitu penggunaan sebesar 56,2%. Sedangkan 43,8% sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

4.8. Pembahasan Hasil Analisis Data

4.8.1. Pengaruh Parsial Keamanan Teknologi Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran S-PayLater.

Variabel Kemudahan Teknologi sendiri berkaitan dengan keamanan untuk mencegah, menanggulangi dan melindungi sistem informasi data pribadi dari risiko tindakan illegal. Berdasarkan hasil data penelitian yang sudah diolah dan diuraikan dalam table 4.14, berdasarkan angka signifikan yang dimiliki variabel persepsi keamanan teknologi sebesar 0,000. Dan nilai t_{hitung} sebesar 5,058 sedangkan t_{tabel} 1,984. Sehingga nilai t_{hitung} 5,058 > t_{tabel} 1,984 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran *Shopee Paylater*.

Persepsi keamanan teknologi berpengaruh terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* ditunjang dengan kepercayaan konsumen terhadap jaminan keamanan data pribadi dan keamanan saldo yang disediakan oleh pihak *Shopee PayLater* sehingga konsumen merasa data privasi terlindungi dalam proses transaksi. Masyarakat percaya informasi pribadi yang mereka berikan akan terlindungi saat menggunakan fitur *S-Paylater*. Masyarakat percaya bahwa data pribadi mereka tidak akan bisa dilihat atau disalahgunakan oleh pihak yang tidak berwenang. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Hananda Linuwih yang terjadi di Yogyakarta, yang menjelaskan bahwa keamanan teknologi tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *PayLater*.⁹⁵ Hal tersebut terjadi karena para mahasiswa di Yogyakarta tidak percaya soal keamanan data pribadi mereka.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, yang menyatakan bahwa keamanan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *S-Paylater* dan menunjukan bahwa hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa, semakin tinggi kualitas layanan (dalam hal ini terkait keamanan teknologi) maka semakin tinggi juga minat masyarakat

⁹⁵ Linuwih, H., "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *PayLater*", (2022), hal. 77

menggunakan Shopee *PayLater*. Semakin tinggi tingkat keamanan suatu teknologi maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan individu terhadap teknologi tersebut. Ketika pengguna percaya atas keamanan suatu sistem, maka hal ini menjadi alasan untuk pengguna berminat menggunakan sistem tersebut. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Shopee Paylater menjamin dan melindungi informasi atau data-data pribadi serta menjamin keamanan dalam bertransaksi menggunakan Shopee PayLater.

4.8.2. Pengaruh Parsial Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran S-PayLater

Variabel Lingkungan Sosial ini berkaitan dengan sejauh mana individu menganggap (keluarga, kerabat ataupun teman) dapat mempengaruhi untuk menggunakan sistem baru. Berdasarkan hasil data penelitian yang sudah diolah dan diuraikan dalam table 4.15, berdasarkan angka signifikan yang dimiliki variabel Lingkungan Sosial sebesar 0,000. Dan nilai t_{hitung} sebesar 4,906 sedangkan t_{tabel} 1,984. Sehingga nilai t_{hitung} $4,906 > t_{tabel}$ 1,984 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee *paylater*.

Pengaruh lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee *paylater* disebabkan oleh faktor lingkungan sekitar yang menyebabkan konsumen berminat menggunakan *paylater* sebagai metode pembayaran di shopee. Minat masyarakat menggunakan fitur *paylater* dipengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti (keluarga, teman, ataupun pengguna skitar) dorongan dari sekitar pengguna yang mengakibatkan seseorang termotivasi untuk menggunakan fitur *Shopee Paylater*. Maka dari itu semakin tinggi pengaruh dari luar, rekomendasi-rekomendasi dari orang sekitar serta dukungan dari lingkungan sosial, maka akan semakin tinggi juga minat masyarakat dalam menggunakan *Paylater*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nada

Salsabila Putri (2022)⁹⁶ dan Anggraini dan Rachmawati (2019) dimana hasilnya menyatakan variabel pengaruh social berpengaruh terhadap minat menggunakan *Paylater*.⁹⁷

4.8.3. Pengaruh Secara Simultan Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran S-Paylater.

Dari hasil signifikansi simultan maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X_1 dan X_2 adalah F hitung $>$ dari F tabel, dan hasilnya $64,616 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi kurang dari $0,05$ yaitu $0,000$, yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini memberikan kesimpulan bahwasannya persepsi keamanan teknologi dan lingkungan social secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan metode pembayaran *S-Paylater*.

⁹⁶ Nada Salsabila Putri, “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Terus Menggunakan Fitur Paylater Pada Aplikasi Shopee Paylater”, 2022, hlm.76

⁹⁷ Anggraini, Indira Rachmawati and, Eka Latifah, ‘Analysis Factors Influencing the Adoption of Mobile Payment Using the UTAUT2 Model (A Case Study of OVO in Indonesia)’, *International Journal of Scientific Research and Engineering Development* 3, 2019, hlm. 168-75 <www.ijrsred.com>.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data pada bab yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan yang diperoleh dari penelitian Pengaruh Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Penggunaan Metode Pembayaran *Paylater* Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Walisongo) adalah :

1. Variabel keamanan teknologi terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee. Berdasarkan hasil dari data penelitian yang sudah diolah dan diuraikan dalam tabel 4.11. diketahui nilai t_{hitung} variabel persepsi keamanan teknologi sebesar 5,058 dan t_{tabel} adalah 1,984. Dimana nilai t_{hitung} (5,058) > t_{tabel} (1,984), sehingga variabel persepsi keamanan teknologi memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FEBI UIN Walisongo sudah percaya akan jaminan keamanan data pribadi dan keamanan saldo yang diberikan oleh pihak shopee karena *S-Paylater* sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sehingga mereka tidak khawatir dalam menggunakan fitur *paylater* shopee.
2. Variabel lingkungan social terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee. Berdasarkan hasil dari data penelitian yang sudah diolah dan diuraikan dalam tabel 4.11. Diketahui nilai t_{hitung} variable lingkungan social 4,906 dan t_{tabel} adalah 1.984. Dimana nilai t_{hitung} (4,906) > t_{tabel} (1.984), sehingga variable lingkungan social memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor lingkungan sosial sangat berpengaruh bagi mahasiswa FEBI UIN Walisongo dalam minat menggunakan fitur *paylater* karena semakin banyak dorongan/rekomendasi-rekomendasi dari pengguna lain disekitar dapat mengakibatkan seseorang termotivasi untuk menggunakan fitur tersebut.
3. Keamanan teknologi dan lingkungan social secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi

shopee yang dibuktikan dengan nilai signifikansi (Sig) / nilai probabilitas hasil output Anova yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, maka sesuai dasar pengambilan keputusan jika nilai Sig. $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Hasil uji koefisien menunjukkan bahwa variable bebas Persepsi keamanan teknologi dan lingkungan social mempengaruhi variable terikat penggunaan metode pembayaran *paylater* pada aplikasi shopee sebesar 56,2% sedangkan 43,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang didapat, adapun saran yang diberikan untuk aplikasi shopee adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Shopee

Atas dasar pada penelitian ini sebaiknya pihak shopee tetap memberikan jaminan keamanan terhadap konsumen atau terhadap pengguna aplikasi shopee sehingga pengguna merasa nyaman dalam melakukan setiap transaksi di shopee menggunakan metode pembayaran *paylater* di shopee, yang nantinya juga akan berdampak terhadap kepercayaan pengguna sehingga pengguna merekomendasikan terhadap pengguna lain yang belum menggunakan metode pembayaran metode *paylater* di shopee. Pihak shopee harus melakukan pelayanan yang baik terhadap konsumen sehingga mampu memberikan rasa nyaman dan tenang ketika bertransaksi melalui metode pembayaran *paylater* di shopee.

2. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel baru yang berkaitan dengan persepsi keamanan teknologi dan lingkungan social. Selain itu bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan data terbaru atau data yang update dan menggunakan objek penelitian yang mencakup selain dari FEBI UIN Walisongo Semarang.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah konsep penelitian ini menghubungkan komponen-komponen yang diperkirakan terkait dengan variabel bebas (independen), sehingga besar kemungkinan ada beberapa variabel lain yang belum masuk atau belum ikut dalam kerangka konsep yang juga berhubungan dengan minat melamar kerja di bank syariah yang ada di Indonesia. Dan keterbatasan penelitian secara langsung yang dimana objek penelitian yang belum tentu menggunakan metode pembayaran menggunakan paylater di shopee.

DAFTAR PUSTAKA

- A, N. N. (2020). *Perlindungan hukum bagi parapihak dalam penggunaan fitur paylater pada aplikasi gojek*. Diambil kembali dari <https://doi.org/10.20473/mi.v3il.19161>
- Anggraini, Rachmawati, I., & Latifah, E. (2019). Analysis Factors influencing the Adoption of Mobile Payment Using the UTAUT2 Model (A Case Study of OVO IN Indonesia). *Intrnational Journal of Scientific Research and Engineering Development* 3 , 168-175.
- Angrayni, T. (2021). pengaruh keamanan dan keputusan pelanggan terhadap minat penggunaan fitur shopee paylater. *Skripsi* .
- Asja, H. S. (2021). Pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan paylater : studi kasus masyarakat DKI Jakarta. *Jurnal Kuntansi, Keuangan Manajemen* 2 , 4.
- Assa, Kalangi, & Pontoh. (2018). pengaruh pemeriksaan pajak dan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak pada kantor pelayanan pajak pratama Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 13(4) .
- Bagus, M. G., Alvian, A. P., & Herdiana, I. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Chandra, E. (t.thn.). *Definisi Fintech*. Dipetik September 7, 2023, dari <https://www.finansialku.com>
- Dspace.uui. (t.thn.). Dipetik september 2022, dari <http://dspace.uui.ac.id>
- Fariana, A., & Safii, A. (t.thn.). Sinergi fintech dengan perbankan syariah dalam perspektif hukum.
- fatoni, S. N. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Fauzi, M. (2009). Metode penelitian kuantitatif. *Walisongo Pers Semarang* , 209.
- Febi, P. (t.thn.). Dipetik september 2023, dari <https://febi.walisongo.ac.id>
- Finance, P. C. (t.thn.). Dipetik 2022, dari <https://commerce-finance.com>
- Finance, P. C. (2021). Diambil kembali dari <http://commerce-finance.com/product>
- Gujrati, D.N, & D.C. (2012). *Dasar-dasar ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.

- Harahap, B. A. (2017). Perkembangan financial technology terkait Central Bank Digital Currency terhadap transmisi kebijakan moneter dan makroekonomi. *Working Paper Bank Indonesia* 2 , 14.
- Haryono, S., Karina, R., & Brahmana, M. (2015). pengaruh shopping orientation, socialinfluence, dan system terhadap customer attitude melalui perceived ease of use. *Jernal Manajemen Pemasaran PETRA* 3 , 4.
- Hasanah, R. (2020). tinjauan hukum islam terhadap praktik kredit shopee paylater dari marketplace shopee hukum ekonomi syariah. *Skripsi* , 15.
- Hinati, H. (2019). pengaruh sosial, kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap minat menggunakan uang elektronik syariah di masyarakat DKI Jakarta. 95-99.
- Husein, U. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Iprice. (t.thn.). Dipetik maret 2022, dari <https://iprice.co.id>
- Izzati, F. (2017). pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan konsumen dalam memilih travel haji dan umroh. *skripsi* , 40.
- kbbi. (t.thn.). Dipetik september 2023, dari <https://kbbi.web.id>
- Kuangan, O. J. (t.thn.). *Mengenal Lembaga Serta Produk dan Jasa Keuangan*. Dipetik september 7, 2023, dari <https://sikapluangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10424>
- Kuangan, O. J. (t.thn.). Peraturan Otoritas Jasa Keuanagn Nomor: 77/POJK.01/201.
- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2018). analisis pengaruh keamanan, kemudahan, penggunaan, kepercayaan, nasabah dan kebermanfaatn terhadap minat menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8 (2) , 52.
- Kholis, n. (2018). Perbankan dalam era baru digital. *Jurnal Economicus* , 83.
- Kumala, D. C., Thio, S., & Pranata, J. (2020). pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, trust, security terhadap minat penggunaan gopay pada generasi di surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan* , 22.
- Kusumawati, B., & Utami, S. S. (2017). faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-money. *Jurnal Balance* 14(2) , 35.
- linear, r. (t.thn.). Dipetik desember 2022, dari <https://accounting.binus.ac.id>

- Linuwih, H. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan paylater. 77.
- Muyassarrah, Yuningrum, H., & Astuti, R. D. (2020). Effect of service quality, product quality, and trust in customer satisfaction : case study at Bank Sariah KCP Kendal. *AL- ARBAH : Journal of islamic finance and banking*, 2, 139-156.
- Ni Luh Wiwik Sri Rahayu Ginantra, e. a. (2020). *sistem finansial berbasis teknologi di era digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. (2020). konsep dan perbandingan buy now paylater dengan kredit perbankan di indonesia: sebuah niscaya di era digital dan technology. *Jurnal Rechts Vinding*, 9.
- Novrianto, A., & Sari, M. W. (2020). *Kenali Bisnis di Era Digital 'Financial Technology'*. Solok: CV. Insan Cendekian Mandiri.
- Nurmalasari, A. (2018). analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan T-Cash pada mahasiswa universitas Islam Indonesia. *SI Skripsi Akuntansi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta* , 8.
- Nusantara, L. D. (t.thn.). Dipetik maret 2022, dari <https://www.lenteradana.co.id>
- Permana, G. P., & Parasari, A. I. (2019). pengaruh hedonic motivation, social influence, dan perceived enjoyment terhadap penggunaan marketplace pada UMKM di Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* , 92.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analiss Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Putri, & Iriani. (t.thn.). Pengaruh Kepercayaan dan kemudahan terhadap minat keputusan pembelian menggunakan pinjaman online Shope Paylater.
- Putri, F., & Iriani, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan kemudahan terhadap minat keputusan pembelian menggunakan pinjaman online shopee paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen* 8(3) , 818-828.
- Putri, N. S. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat terus menggunakan fitur paylater pada aplikasi shopee paylater. *Skripsi* , 76.
- Putri, S., H, S., & Dedi, H. (2023). pengaruh literasi keuangan dan Technology Acceptance model terhadap minat menggunakan paylater pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* , 64-72.

- Redaksi, T. *Kamus Filsafat dan Psikologi*. 1406.
- S, A. H., S, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan paylater : studi kasus masyarakat DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Manajemen 2* , 4.
- Sabit, R., & Selfi, E. (2023). pengaruh kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap minat penggunaan shopee paylater . *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , 288.
- Sari, M. A., Listiawati, R., Vidyasari, R., & novitasari. (2019). analisa pengaruh dayatarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi keamanan terhadap minat penggunaan e-wallet. *Jurnal Ekonomidan Bisnis* , 129.
- Sari, M. A., Redyanita, H., & Aminah, I. (2020). preferensi generasi milenial dalam memilih pembayaran digital. *Jurnal Ekonomi Islam 19* , 99.
- Sarjita. (2020). pengaruh kepercayaan dan keamanan terhadap minat beli konsumen secara online di situs OLX. *JBMA 7 (1)* , 70.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *psikologi suatu pengantar dalam perspektif islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Shopee. (t.thn.). Dipetik maret 2022, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/shopee>
- Soewandi, J. (2012). *Pengantar metodologi penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sudarsono. *Kamus Filsafat dan Psikologi*. 160.
- Sugiono. (2015). *Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taufiq, R. (2013). *Sistem Informasi Manajemen:konsep dasar, analisis dan metode pengembangan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tea, T. (2010). *Inspring Teaching. Mendidik Penuh Inspirasi* . Jakarta: Gema Insani.
- Toni, W. (2009). *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.

- Wahdanfiari, A. (2014). Pengaruh latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja terhadap etos kerja karyawan bankBNI SYariah kantor Cabang Kediri. *Skripsi* .
- Widarjon, A. (t.thn.). Analisis Statistika. 56.
- Yulianti, A. (2011). Pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan nasabahdalam memilih bank syariah. *skripsi* , 53.
(t.thn.). Dipetik maret 2022, dari <https://dailysocial.id>
(t.thn.). Diambil kembali dari <https://kiaton.kontan.co.id>
- Abdullah. (2019). Pinjaman Kredit dalam Perspektif Islam . *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol.3 No.1* , 15.
- Antonio. (2021). *Bank Syariah Teori Ke Praktik*. Gema Insani Press.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reabilitas Penelitian dengan Analisis dengan NVIVO,SPSS dan Amos*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Falah, N., & Annajah, U. (2016). Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Motivasi Berorientasi Anak Panti Asuhan Nurul HAQ Yogyakarta. *Jurnal Hisbah, Vol.13, No.1* , 104.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Prabowo. (2009). Konsep Akad Murabahah Pada Perbankan Syariah (Analisa Kritis Terhadap Aplikasi Konsep Akad Murabahah Di Indonesia . *Jurnal Hukum, Vol.16 No.1* , 106-116.
- Rahayu, T. (2021). Analisis Akad Jual Beli E-Commerce Shopee Pay Later dalam Perspektif Ekonomi Islam. Iqtishodiah. *Jurnal IBM Tegal* , 1-15.
- Sumanjeet. (2009). Emergence of payment systems in the age of electronic commerce: The state of art. . *1st South Central Asian Himalayas Regional IEEE/IFIP International Conference on Internet, AH-ICI* , 17-36.
- Tamara, R. M. (2016). Peranan Lingkungan Sosial terhadap Pembentukan Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik SMA N Kab.Cianjur. *Jurnal Pendidikan Geografi, Vol.16, No.1* , 45.
- Tan, M. (t.thn.). E-Payment : The Digital Exchange. *Singapore University Press*

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata 1 (S1) pada program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, maka saya :

Nama : IkhdaturNadifmutraVinia

NIM : 1705036040

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Akan melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Keamanan Teknologi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran Paylater pada Aplikasi Shopee" (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo angkatan 2017-2020). Dengan demikian saya memohon ketersediaan mahasiswa/mahasiswi FEBI UIN Walisongo angkatan 2017, 2018, 2019 dan 2020 untuk mengisi kuisisioner ini semata-mata untuk kepentingan akademik. Saya berharap para mahasiswa mengisi dengan sejujurnya sesuai pendapat anda. Sesuai kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan identitas dan keamanan data diri hasil kuisisioner ini.

Atas kerjasama dan ketersediaan mahasiswa/mahasiswi FEBI UIN Walisongo mengisi kuisisioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Nama:

NIM :

Jenis kelamin :

Angkatan : 2017, 2018, 2019 dan 2020

Apakah saudara/i pengguna shopee *PayLater*? Ya / tidak

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat sesuai dengan pendapat anda yang sebenarnya.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

N : Netral

KEAMANAN TEKNOLOGI (X1)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berminat menggunakan Shopee <i>PayLater</i> karena memiliki pengendalian cukup baik untuk melindungi data pribadi dan keuangan saya.					
2.	Saya berminat menggunakan Shopee <i>PayLater</i> berdasarkan pertimbangan tingkat kerahasiaanya.					
3.	Saya berminat menggunakan Shopee <i>PayLater</i> karena kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam bertransaksi.					
4.	Saya berminat menggunakan Shopee <i>PayLater</i> karena memberikan jaminan keamanan saldo saya.					

PENGARUH SOSIAL (X2)

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya menggunakan Shopee <i>PayLater</i> karena rekomendasi dari orang sekitar.					
2.	Orang yang mempengaruhi perilaku saya berfikir jika saya harus menggunakan Shopee <i>PayLater</i>					
3.	Saya berminat menggunakan Shopee <i>Paylater</i> karena banyak orang di sekitar menggunakan <i>S-payLater</i>					

MINAT PENGGUNAAN SPAYLATER

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya Berniat Menggunakan <i>PayLater</i> dimasa mendatang					
2.	Saya akan mencoba menggunakan <i>Paylater</i> dalam pembayaran					
3.	Saya memutuskan menggunakan <i>S-PayLater</i> karena membantu dalam melakukan pembayaran saat berbelanja					

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas X1

UJI VALIDITAS X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.538**	.370**	.526**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.538**	1	.431**	.537**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.370**	.431**	1	.531**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.526**	.537**	.531**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.771**	.801**	.734**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABEL X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	4

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas X2

UJI VALIDITAS X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.708**	.498**	.875**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.708**	1	.511**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.498**	.511**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X2.TOTAL	Pearson Correlation	.875**	.872**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABEL X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	3

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas Y

UJI VALIDITAS Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y.TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.790**	.647**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.790**	1	.659**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.647**	.659**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Y.TOTAL	Pearson Correlation	.899**	.896**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

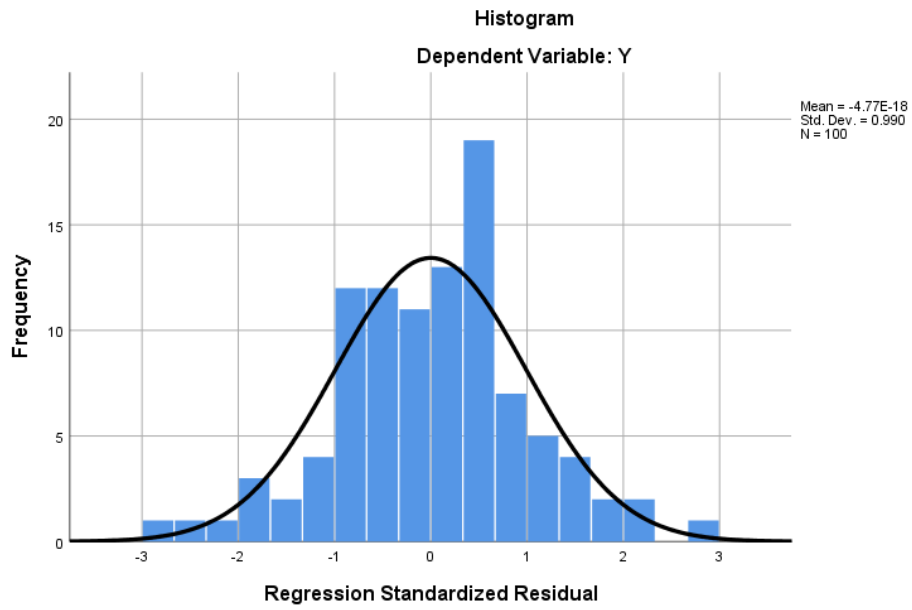
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABEL Y

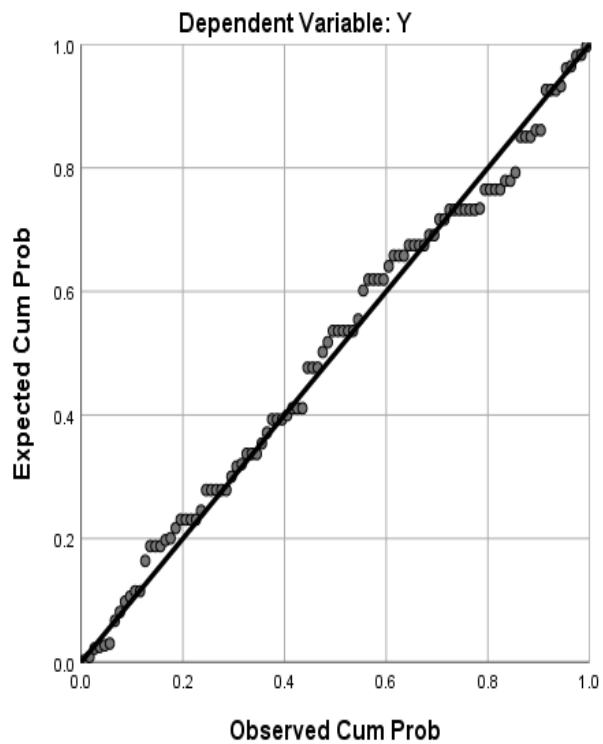
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	3

Lampiran 5 Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19641910
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.060
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

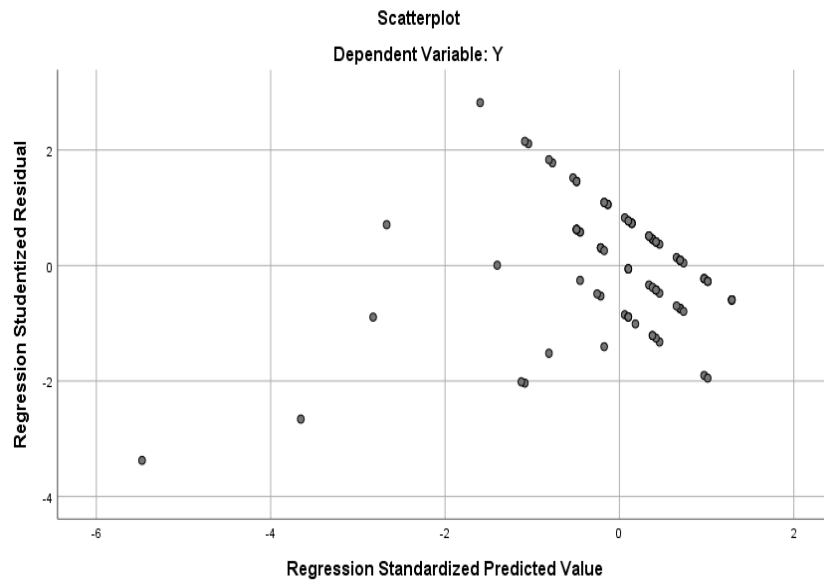
d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6 Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.507	1.110		1.357	.178		
	X1	.382	.075	.427	5.058	.000	.621	1.611
	X2	.438	.089	.414	4.906	.000	.621	1.611

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas



Lampiran 8 Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.822	.552		8.742	.000
	X1	-.187	.038	-.519	-4.985	.077
	X2	-.044	.044	-.104	-1.001	.319

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.507	1.110		1.357	.178
	X1	.382	.075	.427	5.058	.000
	X2	.438	.089	.414	4.906	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 10 Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	1.507	1.110		1.357	.178
	X1	.382	.075	.427	5.058	.000
	X2	.438	.089	.414	4.906	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 11 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.800	2	94.400	64.616	.000 ^b
	Residual	141.710	97	1.461		
	Total	330.510	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 12 Uji R2

Model Summary^b

R	R Square
.756 ^a	.571

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 13 Data Kuisisioner

Responden	Keamanan Teknologi (X1)				Total	Lingkungan Sosial (X2)			Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	
1	5	5	5	5	20	5	5	4	14
2	3	4	5	5	17	5	5	5	15
3	5	4	3	5	17	4	4	3	11
4	4	4	4	4	16	2	2	2	6
5	4	5	5	5	19	5	5	3	13
6	2	2	3	2	9	3	3	3	9
7	4	4	4	4	16	4	4	3	11
8	2	2	2	1	7	1	2	2	5
9	4	4	4	4	16	5	4	4	13
10	5	5	4	5	19	5	5	4	14
11	4	4	4	5	17	3	4	3	10
12	4	3	3	3	13	4	4	4	12
13	4	4	4	4	16	5	5	3	13
14	3	3	3	3	12	3	3	3	9
15	4	4	4	4	16	4	3	3	10
16	4	4	4	3	15	4	4	4	12
17	5	4	4	4	17	4	5	4	13
18	4	4	4	4	16	4	4	4	12
19	5	5	4	4	18	4	5	4	13
20	4	4	4	5	17	5	5	4	14
21	4	4	4	4	16	4	4	3	11
22	5	5	5	5	20	5	5	4	14
23	4	5	4	4	17	5	5	4	14
24	5	5	5	5	20	5	5	4	14
25	4	4	4	4	16	5	5	4	14
26	4	4	4	4	16	5	5	4	14
27	5	5	5	5	20	5	5	5	15
28	5	5	5	5	20	5	5	5	15
29	5	5	5	5	20	5	5	4	14

30	5	5	5	5	20	5	5	5	15
31	4	4	4	4	16	5	5	4	14
32	4	4	4	4	16	5	5	5	15
33	4	4	4	4	16	4	5	4	13
34	5	5	4	4	18	4	4	4	12
35	4	4	5	4	17	4	4	4	12
36	5	5	5	5	20	5	4	4	13
37	5	5	4	5	19	4	4	4	12
38	5	5	5	5	20	4	4	4	12
39	5	5	4	5	19	4	5	4	13
40	5	5	5	4	19	5	5	4	14
41	5	5	5	5	20	5	5	5	15
42	5	5	4	5	19	5	5	4	14
43	4	4	5	5	18	5	5	4	14
44	5	5	4	5	19	5	5	5	15
45	4	5	4	5	18	4	5	4	13
46	5	4	4	5	18	5	4	3	12
47	4	5	4	5	18	5	5	4	14
48	5	4	5	5	19	4	5	4	13
49	5	4	4	5	18	4	5	5	14
50	5	5	4	5	19	4	4	4	12
51	5	4	4	5	18	4	4	5	13
52	4	5	4	4	17	5	5	5	15
53	4	4	4	5	17	4	4	4	12
54	5	4	5	5	19	4	5	4	13
55	5	5	4	5	19	5	5	4	14
56	5	5	4	5	19	4	5	5	14
57	4	5	4	5	18	5	4	4	13
58	4	4	5	4	17	5	5	4	14
59	4	4	4	5	17	4	4	4	12
60	5	4	5	5	19	5	5	5	15
61	4	5	5	5	19	5	5	5	15

62	5	4	5	5	19	4	4	3	11
63	4	3	5	5	17	5	5	4	14
64	4	5	5	5	19	5	5	4	14
65	4	4	5	4	17	4	4	4	12
66	5	4	4	4	17	5	5	5	15
67	4	4	5	5	18	5	5	4	14
68	4	5	5	5	19	5	5	4	14
69	4	4	5	5	18	4	4	5	13
70	4	4	4	5	17	4	5	4	13
71	4	5	5	5	19	5	5	4	14
72	5	4	5	5	19	4	5	4	13
73	4	5	5	5	19	4	5	4	13
74	4	5	5	4	18	4	5	3	12
75	4	5	4	4	17	3	5	3	11
76	4	5	4	5	18	5	4	4	13
77	5	4	5	4	18	4	4	4	12
78	5	4	4	5	18	5	5	4	14
79	4	4	4	5	17	4	4	4	12
80	5	5	5	4	19	5	4	4	13
81	4	4	4	5	17	4	4	4	12
82	5	4	4	5	18	4	4	3	11
83	4	5	4	5	18	5	5	3	13
84	4	4	4	5	17	5	5	3	13
85	4	4	4	5	17	4	4	4	12
86	4	4	5	5	18	4	4	5	13
87	4	5	4	5	18	4	4	4	12
88	5	5	5	5	20	4	4	4	12
89	5	5	5	5	20	4	5	4	13
90	5	5	5	5	20	5	5	5	15
91	4	4	4	5	17	4	4	4	12
92	4	4	5	5	18	5	5	5	15
93	5	4	4	5	18	5	5	5	15

94	5	5	5	5	20	4	4	4	12
95	4	4	4	5	17	4	5	4	13
96	4	4	5	5	18	5	5	4	14
97	4	5	4	5	18	4	5	5	14
98	4	3	5	5	17	4	4	4	12
99	4	5	5	5	19	5	5	4	14
100	4	5	5	5	19	5	5	5	15

Penggunaan SPayLater (Y)			Total
Y1	Y2	Y3	
5	4	4	13
5	5	5	15
4	4	3	11
4	4	3	11
5	5	5	15
1	3	2	6
4	4	2	10
1	1	1	3
5	5	4	14
5	5	4	14
3	4	3	10
5	5	5	15
5	5	4	14
3	3	3	9
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15

5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
5	4	4	13
5	4	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	4	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	4	13
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	3	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15

5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	4	13
4	5	4	13
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	3	13
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	3	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	4	14
5	5	3	13

5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15

Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ikhdatur Nadifmutra Vinia
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 08 Agustus 1999
Alamat : Dk. Krajan Rt.013 Rw.003 Desa Pener, Kec.
Pangkah Kab. Tegal
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
No. Handphone : 0882-2640-7764
Email : ikhdatur08@gmail.com
Jenjang Pendidikan :

1. SD Negeri Pener 02
2. SMP Negeri 2 Pangkah
3. SMA Negeri 3 Slawi
4. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 25 Oktober 2023

Penulis

Ikhdatur Nadifmutra Vinia

NIM : 1705036040