

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini bukan merupakan penelitian baru, berikut hasil dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan indikator dengan hasil yang beragam:

1. Dewi & Gorda (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku generasi milenial di Kota Denpasar dalam mengadopsi layanan pinjaman *online*. Variabel independen yang digunakan yaitu *perceived ease of use*, tingkat suku bunga, *government regulation* dan *social influence*, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu *behavior intention of use* dan *perceived usefulness* sebagai variabel moderasi. Sampel yang digunakan adalah 115 generasi milenial di kota Denpasar yang disebar dengan cara penyebaran kuesioner secara digital. *Structural Equational Modeling* (SEM) digunakan untuk mengolah data untuk menganalisis. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Gorda (2022) menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang secara signifikan memengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman *online* yaitu tingkat suku bunga dan *social influence*, sedangkan variabel yang secara signifikan tidak memengaruhi minat penggunaan layanan pinjaman *online* yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *government regulation*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* dan *social influence* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan tingkat suku bunga, *government regulation* sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan generasi milenial di Kota Denpasar, sedangkan peneliti sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai partisipan sampel.
- c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan *software* AMOS 22 untuk menguji hubungan antar variabel, sedangkan penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

2. Hasibuan (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi minat pengguna layanan *fintech peer-to-peer lending* syariah dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Variabel independen yang digunakan yaitu *Performance expectancy*, *effort expectancy*,

social influence, facilitating condition, price value, hedonic, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat menggunakan layanan *financial technology*. Sampel yang digunakan adalah 200 pengguna P2P *lending* syariah yang disebarakan dengan kuisoner digital. Structural Equational Modeling (SEM) dengan aplikasi AMOS digunakan untuk mengolah data untuk menganalisis. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2021) menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja (*performance expectancy*), pengaruh social (*social influence*) dan *hedonic motivation* tidak berepengaruh terhadap minat menggunakan layanan fintech peer-to-peer *lending* syariah, variabel usaha (*effort expectancy*), kondisi memfasilitasi (*facilitating condition*) dan *price value* berepengaruh terhadap minat menggunakan layanan *fintech peer to peer lending* syariah.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *social influence* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan *performance expectancy, effort expectancy, facilitating condition, price value, dan hedonic motivation* sebagai variabel independen, sedangkan peneliti sekarang menggunakan *perceived ease of use* dan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan seluruh pengguna layanan pinjaman P2P *lending* syariah, sedangkan peneliti sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai partisipan sampel.
- c. Teknik analisis yang digunakan peneliti menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) menggunakan software AMOS, sedangkan penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

3. Marranitha & Suardana (2020)

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, selisih bunga kredit dengan bank konvensional, dan kemudahan proses kredit terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *fintech* berbasis pinjaman *online*. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yaitu kepercayaan, selisih bunga dan kemudahan, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *fintech*. Sampel yang digunakan 95 responden mahasiswa perguruan tinggi di Bali yang disebarkan menggunakan kuisisioner digital. Analisis regresi parsial atau uji-t digunakan untuk mengolah data untuk dianalisis. Hasil penelitian Marranitha & Suardana (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan, selisih bunga kredit dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *fintech* berbasis pinjaman *online*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

a. Penggunaan variabel kemudahan yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan kepercayaan dan selisih bunga sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan kemudahan dan pendapatan yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan mahasiswa PTS dan PTN di provinsi Bali, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai partisipan sampel.

c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F dan uji T, sedangkan penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

4. Andista & Susilawaty (2021)

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan risiko terhadap minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman *online*. Variabel independen yang digunakan yaitu kemudahan dan risiko, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat pengguna dalam finansial teknologi pinjaman *online*. Sampel yang digunakan

merupakan 100 pengguna finansial teknologi pinjaman online di Kota Bandung. Analisis regresi berganda dengan alat bantu software SPSS 27 digunakan untuk mengolah data. Hasil penelitian Andista & Susilawaty (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman *online*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel penelitian terdahulu menggunakan risiko sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *social influence* dan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan pengguna finansial teknologi pinjaman *online* di Kota Bandung, sedangkan penelitian sekarang mengambil mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.

- c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis, regresi linier berganda menggunakan SPSS, sedangkan penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

5. Asja et al., (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manfaat, kemudahan, dan pendapatan terhadap minat menggunakan layanan pinjaman *online paylater*. Variabel independen yang digunakan yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan pendapatan, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat menggunakan layanan pinjaman *online paylater*. Sampel yang digunakan 400 masyarakat di wilayah DKI Jakarta yang mengetahui layanan Shopee *paylater*. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengolah data. Hasil dari penelitian Asja et al., (2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*, dan persepsi kemudahan, dimana pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *paylater*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* dan pendapatan yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman online.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan persepsi manfaat sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan masyarakat DKI Jakarta pengguna aplikasi Shopee dan juga yang memiliki pengetahuan mengenai layanan Shopee *Paylater*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.
- c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan pengujian analisis regresi linier berganda, sedangkan penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

6. Agustina & Dalimunthe (2020)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan *social influence* dengan intensi meminjam melalui platform *peer-to-peer (P2P) lending* dengan menyertakan faktor *trust* kepada pengelola platform sebagai variabel moderasi. Variabel independen yang digunakan yaitu *social influence*, variabel dependen yang digunakan yaitu intensi meminjam pada *P2P lending* dan variabel moderasi yang digunakan yaitu kepercayaan. Sampel yang digunakan 102 individu yang memahami *P2P lending*. Analisis regresi dengan bantuan *software* SPSS 20 digunakan untuk mengolah data. Hasil dari penelitian Agustina & Dalimunthe (2020) menunjukkan bahwa ditemukan dimana *social influence* berpengaruh positif

secara signifikan terhadap intensi meminjam melalui *peer-to-peer lending*, juga menunjukkan bahwa pengaruh trust pada platform adalah positif terhadap intensi seseorang meminjam melalui *peer-to-peer lending*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* (kemudahan) dan *social influence* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan kepercayaan sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan individu yang memahami P2P lending, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.
- c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier dengan bantuan SPSS, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

7. Eviana & Saputra (2022)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti mengenai apa saja faktor-faktor yang mendorong minat pengguna dalam menggunakan sistem pembayaran *Paylater* pada masyarakat di Pulau Batam. Variabel independen yang digunakan yaitu *facilitating conditions*, pendapatan, suku bunga, kemudahan, dan *hedonic motivation*, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat penggunaan pembayaran *paylater*. Sampel yang digunakan 170 responden yang berdomisili di Batam dan memiliki akun *paylater*. Hasil penelitian Eviana & Saputra (2022) menunjukkan bahwa *facilitating conditions*, kemudahan dan *hedonic motivations* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran *Paylater*, sementara suku bunga dan pendapatan memiliki pengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan metode pembayaran *paylater*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Persamaan variabel yang *perceived ease of use* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan variabel *facilitating conditions*, pendapatan suku bunga dan *hedonic motivation* sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *social influence* dan pendapatan

sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan masyarakat yang berdomisili di Batam dan memiliki akun *paylater* sebagai sampel, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.

8. Martono (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor pada kerangka kerja yang merupakan pengembangan dari *Technology Acceptance Model (TAM)*. Variabel independen yang digunakan yaitu *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Competitive Advantage*, *Perceived Risk*, dan *Perceived Cost*, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat untuk menggunakan *fintech lending*. Sampel yang digunakan 341 mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (FEB UKSW) Salatiga. Hasil penelitian Martono (2021) menunjukkan bahwa *perceived usefulness*, *relative advantage* dan *perceived cost* mempengaruhi sikap pengguna *fintech lending*, sedangkan *perceived ease of use* dan *perceived risk* tidak mempengaruhi sikap terhadap *fintech lending*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan variabel *Perceived Usefulness*, *Competitive Advantage*, *Perceived Risk*, dan *Perceived Cost* sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *social influence* dan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana (FEB UKSW) Salatiga sebagai sampel, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.

c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, sedangkan penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

9. Hutapea & Andista (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek kemudahan penggunaan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, dan risiko pada minat pengguna untuk menggunakan pinjaman *peer-to-peer* teknologi keuangan.

Variabel independen yang digunakan *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *risk*, sedangkan variabel dependen yang digunakan *user interest using fintech (P2P) lending*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini 120 pengguna yang telah menggunakan Teknologi Finansial *Peer-to-Peer Lending*. Hasil penelitian yang telah dilakukan Hutapea & Andista (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna menggunakan *P2P Lending*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu terletak pada:

- a. Variabel peneliti terdahulu menggunakan variabel persepsi manfaat dan risiko sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *social influence* dan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan mahasiswa pengguna pinjaman *online* di Bandung, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.

10. Veronica Ong & Nuryasman (2022)

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh dari persepsi risiko, persepsi kemudahan, dan literasi keuangan terhadap minat penggunaan LinkAja. Variable independen yang digunakan persepsi risiko, kemudahan dan literasi keuangan, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat penggunaan. Sampel penelitian yang digunakan yaitu mahasiswa aktif di Jakarta (yang bermukim atau berkuliah di Jakarta). Hasil penelitian yang dilakukan Veronica Ong & MN (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi Risiko (PR) terhadap Minat Penggunaan (MP). Tidak terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan (PEOU) terhadap Minat Penggunaan. Dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Literasi Keuangan (LK) terhadap Minat Penggunaan (MP).

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel yang penelitian terdahulu menggunakan variable persepsi risiko dan literasi keuangan sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *social influence* dan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

- b. Pengambilan sampel peneliti terdahulu menggunakan mahasiswa aktif di Jakarta yang menggunakan pinjaman *online* LinkAja, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.
- c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, Sedangkan penelitian sekarang menggunakan SEM-PLS dengan bantuan WarpPLS.

11. Cuandra (2022)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas mengenai faktor *paylater* dengan menguji pengaruhnya terhadap pembelian *impulsive buying* terhadap konsumen di Kota Batam. Variabel independen yang digunakan *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security*. Variabel dependen yang digunakan *intention of use paylater*, dan *Impulsive buying* sebagai variabel moderasi. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini customers yang tinggal di Batam, berbelanja dan menggunakan *paylater*. Hasil penelitian yang dilakukan Cuandra (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh *perceived usefulness* dan *perceived security* terhadap *intention of use paylater*. Tidak ada pengaruh oleh *perceived ease of use* terhadap *intention of use paylater*, dan *intention to use* terhadap *online impulsive buying*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel penelitian terdahulu menggunakan *Perceived usefulness* dan *Perceived security* sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *social influence* dan pendapatan sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Pengambil sampel peneliti terdahulu menggunakan *customers* yang tinggal di Batam, berbelanja dan menggunakan *paylater*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.

12. Wijayanti et al., (2022)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh *financial literacy*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *income* terhadap *interest in using* Shopee *paylater*. Variabel yang digunakan yaitu *financial literacy*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *income*. Variabel dependen yang digunakan yaitu *interest in use* Shopee *paylater*. Sampel pada penelitian ini menggunakan generasi milenial di Bekasi *Regency*. Hasil penelitian yang dilakukan Wijayanti et al., (2022) menunjukkan bahwa *financial literacy* dan *perceived usefulness*

berpengaruh terhadap *interest in using Shopee paylater*, *perceived ease of use* dan *income* tidak berpengaruh terhadap *interest in using Shopee paylater*.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Penggunaan variabel *perceived ease of use* dan *income* yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*
- b. Data untuk sampel didapatkan dengan menyebarkan kuesioner.
- c. Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis *outer* dan *inner* model.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada:

- a. Variabel penelitian terdahulu menggunakan *Perceived usefulness* dan *financial literacy* sebagai variabel independen, sedangkan penelitian sekarang menggunakan *social influence* sebagai variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.
- b. Pengambil sampel peneliti terdahulu menggunakan generasi milenial di Bekasi *Regency*, sedangkan penelitian sekarang menggunakan mahasiswa Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya pengguna Shopee sebagai sampel dalam penelitian ini.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior adalah perkembangan dari *Theory of Reasoned Action*. *Theory of Planned Behavior* yang merupakan niat

seseorang individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu, hal ini sama seperti faktor sentral dalam *Theory of Reasoned Action*. Dalam teori ini yang dimaksud dengan niat berfungsi untuk mendeteksi faktor motivasi yang dapat mempengaruhi perilaku seorang individu. Hal ini adalah sebuah indikasi dimana seseorang sangat ingin mencoba, seberapa banyak usaha yang mereka persiapkan untuk dilakukan, dan sampai seseorang tersebut melakukan perilaku atau tindakan tersebut (Ajzen, 1991).

Secara umum semakin tinggi niat untuk terlibat dalam suatu perilaku atau tindakan, semakin besar juga kemungkinan kinerjanya. Dalam hal ini niat harus jelas bagaimana niat tersebut dapat mendeteksi dalam perilaku saja, jika perilaku tersebut berada di bawah kendali kehendak seseorang dapat menentukan sesuka hati untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku atau tindakan tersebut (Ajzen, 1991). Meskipun dalam beberapa perilaku mungkin akan memenuhi persyaratan ini dengan cukup baik, kinerja sebagian besar ini tergantung setidaknya sampai pada tingkat faktor – faktor nonmotivasi tertentu seperti ketersediaan peluang dan sumber daya yang diperlukan (contohnya: waktu, uang, keterampilan, kerja sama orang lain, dilihat pada Ajzen, 1985) (Ajzen, 1991). Dengan adanya *Theory of Planned Behavior* ini diharapkan mampu dijadikan landasan mengenai pengaruh minat mahasiswa menggunakan pinjaman *online* shopee *paylater*.

2.2.2 *Perceived ease of use*

Efikasi diri dapat digunakan untuk memprediksi persepsi kemudahan dalam pengguna sistem di antara kelompok pengguna sasaran tertentu dalam organisasi ataupun masyarakat. Hal ini seringkali diyakini bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sistem ditentukan semata – mata oleh fitur kegunaan, yang dapat membentuk dasar untuk menciptakan respon berupa penerimaan atau penolakan. Berdasarkan ukuran kemudahan penggunaan yang dirasakan menurut Venkatesh & Davis (1996) menemukan bahwa sebelum pengalaman langsung dengan sistem, karakteristik sistem tidak memainkan peran penting dalam pembentukan persepsi kemudahan penggunaan awal. Ini berlaku bahkan jika pengguna diberikan *procedural* informasi tentang sistem (yaitu, informasi tentang kegunaan sistem).

Kemudahan penggunaan yang dirasakan, mengacu pada "sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan memudahkan", kemudahan sendiri berarti kebebasan dari kesulitan atau usaha keras. Usaha itu terbatas sumber daya yang dapat dialokasikan seseorang untuk berbagai aktivitas lain yang menjadi tanggung jawab pengguna. Aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada yang lain diklaim lebih mungkin diterima oleh pengguna Davis (2013). *Perceived ease of use* juga dapat dijelaskan sebagai tingkat keyakinan suatu individu dalam memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi atau sebuah sistem.

2.2.3 *Social Influence*

Dalam kehidupan bersosial dengan sengaja seseorang saling menginstruksikan tentang apa yang harus dipercaya dan bagaimana berperilaku melalui mekanisme pengajaran formal ataupun secara individu dalam kelompok sosial seperti pasangan, keluarga, klan, dan kelompok teman. Apalagi orang mempengaruhi satu sama lain secara informal melalui percakapan. Yang terakhir dapat disebut 'komunikasi sosial' dan menggunakan beberapa istilah seperti 'opini', 'dari mulut ke mulut' atau 'buzz' (Goldsmith & Goldsmith, 2011). Ketika orang menginternalisasi komunikasi sosial informasi, menjadi dasar dan motif pemikiran masa depan, perasaan dan tindakan. Meskipun memiliki banyak bentuk, komunikasi sosial dapat bersifat *non-scripted*, informal dan spontan, dan dapat digunakan dengan memerlukan media untuk berlangsung.

Fokus yang dilakukan adalah pada jalan masuk komunikasi informal di antara orang-orang yang melingkupi pengaruh media massa terhadap perilaku memilih. Weimann (1994) menemukan bahwa komunikasi antar pribadi tersebar luas dan bahkan lebih penting daripada media massa dalam membentuk niat memilih. Terlebih lagi, mereka menemukan bahwa orang-orang tertentu lebih sentral dan berpengaruh daripada orang lain dalam kelompok mereka. Meskipun berbagai pengaruh memainkan peran mereka dalam kecepatan dan bentuk penyebaran inovasi sistem sosial, arus komunikasi, kepemimpinan opini, dan tautan jaringan disorot sebagai salah satu yang paling penting dan saling mempengaruhi.

2.2.4 Pendapatan

Menurut Mardianah & Rr (2021) jika kita dapat mengelola keuangan dengan baik maka hal tersebut dapat menjadi cerminan dari seorang individu yang dianggap dapat memahami sebuah konsep keuangan dan dapat menerapkannya. Secara umum pendapatan adalah banyaknya nominal *income* yang didapatkan dari hasil bekerja atau menjual jasa ataupun barang. Sedangkan pendapatan pribadi yaitu seluruh harta yang dimiliki termasuk harta yang dimiliki dari hasil bekerja ataupun harta yang dimiliki tanpa melakukan apapun (Eviana & Saputra, 2022). Pendapatan pribadi ini juga dapat berupa tunjangan tidak tetap dan hasil investasi. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan seorang individu untuk mencapai keberhasilan finansial antara lain *behavioural intention* (niat berperilaku). *Behavioural intention* ini dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan keuangan.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Menggunakan Pinjaman *Online Shopee paylater*

Dalam *perceived ease of use* faktor yang perlu diperhatikan yaitu kemudahan dalam menerima informasi mengenai penggunaan pinjaman *online* *Shopee paylater* dan dalam penggunaan suatu sistem yang akan menjadi kunci pendorong untuk konsumen mengambil keputusan apakah akan menggunakan *Shopee paylater* ataupun tidak. Informasi terkait

penggunaan pinjaman *online* Shopee *paylater* harus dapat tersampaikan dengan jelas dan mudah dimengerti, seperti tagihan, bunga, cara pembayaran, dan cara penarikan dana dalam sistem pinjaman *online* pada Shopee *paylater*.

Perceived ease of use berdasarkan *Theory Planned of Behaviour* termasuk dalam *perceived bahavioral control* (persepsi pengendalian perilaku) yang berkaitan dengan keyakinan adanya sebuah hasil jika melakukan usaha sendiri dan menciptakan pencapaian yang spesifik (Mahyarni, 2013). Dalam *perceived ease of use* keyakinan yang dimaksud adalah dapat menguasai penggunaan sistem Shopee *paylater* dengan baik. Semakin mudah individu menguasai penggunaan sistem *paylater*, maka minat individu dalam menggunakan *paylater* akan semakin meningkat.

Beberapa penelitian telah menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*. Hasil penelitian Marranitha & Suardana (2020), Andista & Susilawaty (2021), Eviana & Saputra (2022), Hutapea & Andista (2021), dan Veronica Ong & MN (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap minat menggunakan pinjaman *online* *paylater*. Faktor dari *perceived ease of use* diyakini dapat mendorong seseorang mahasiswa berminat dalam menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

2.3.2. Pengaruh *Social Influence* Terhadap Minat Menggunakan Pinjaman *Online Shopee paylater*

Perubahan perilaku akibat atau hasil dari *social influence* adalah pembentuk perilaku manusia yang sangat kuat. Hal ini dapat mempengaruhi hampir semua jenis perilaku, dan efeknya sering tidak disadari atau tidak disadari. Seperti meminta hukuman, penghargaan, dan efek informasional, tetapi membuat orang lain sumber mereka. Pengaruh sosial, khususnya komunikasi sosial, dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk mempromosikan penyebaran konsumsi berkelanjutan.

Social influence berdasarkan *Theory Planned of Behavior* termasuk dalam norma subjektif yang berkaitan dengan fungsi keyakinan individu yang didapat dari pandangan orang lain yang berhubungan dengan satu sama lain (Mahyarni, 2013). Dapat dikatakan jika individu menilai orang lain yang ada di sekeliling, dapat berupa keluarga dan teman memberi rekomendasi berupa ajakan untuk mencoba menggunakan *Shopee paylater*. Semakin banyak ajakan yang diterima dari orang lain, maka semakin tinggi minat individu untuk menggunakan *Shopee paylater*.

Beberapa penelitian telah menguji pengaruh *social influence* terhadap minat menggunakan pinjaman *online Shopee paylater*. Hasil dari penelitian Dewi & Gorda (2022) dan Agustina & Dalimunthe (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara *social influence* terhadap

minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*. Faktor dari *social influence* sendiri diyakini dapat mendorong seorang mahasiswa berminat dalam menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Social influence* berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.

2.3.3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Pinjaman *Online* Shopee *paylater*

Pendapatan merupakan sumber seseorang untuk melakukan segala transaksi. Semakin meningkat sebuah pendapatan yang dimiliki oleh seorang individu dapat menyebabkan munculnya kemampuan konsumen untuk mengkosumsi sesuatu. Pendapatan berdasarkan *Theory Planned of Behaviour* termasuk dalam sikap yang berkaitan dengan perilaku yang kita prediksi akan mendapat manfaat atau kerugian jika melakukan perilaku tersebut (Mahyarni, 2013). Singkatnya jika individu memutuskan untuk menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*, keputusan tersebut apakah akan menjadi manfaat atau kerugian untuknya dikemudian hari.

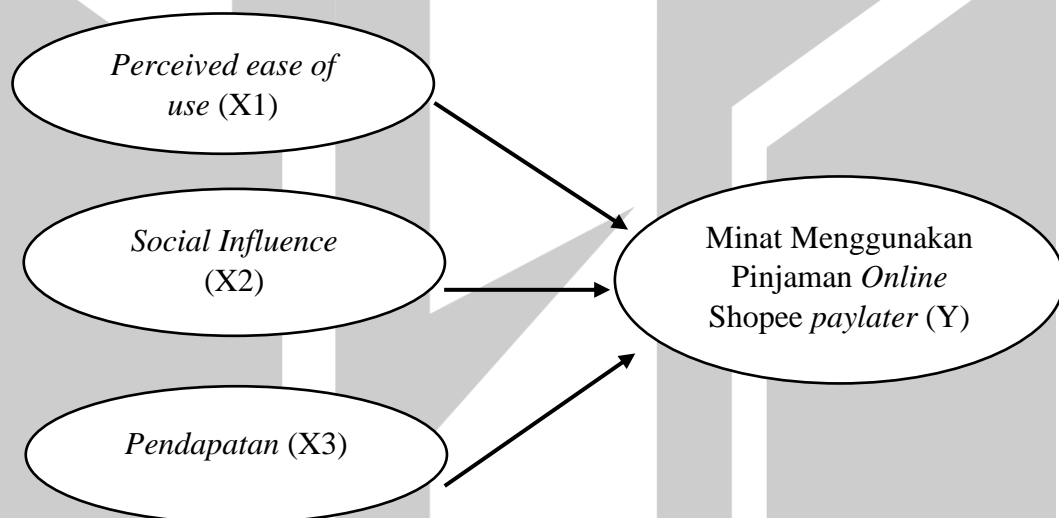
Beberapa penelitian telah menguji pengaruh pendapatan terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*. Hasil dari penelitian dari Asja et al., (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pendapatan terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*. Faktor dari pendapatan sendiri diyakini dapat mendorong

seorang mahasiswa berminat dalam menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Pendapatan berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.

2.4 Kerangka pemikiran



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

H1 : *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.

H2 : *Social influence* berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.

H3 : Pendapatan berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* Shopee *paylater*.