Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK) DOI: 10.25126/jtiik.1148343
Vol. 11, No. 4, Agustus 2024, hlm. 903-912 p-ISSN: 2355-7699
Akreditasi KEMENRISTEKDIKTI, No. 36/E/KPT/2019 e-ISSN: 2528-6579

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENENTU KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN PAYLATER DENGAN PENDEKATAN REGRESI LINIER

Kastaman*[1], Siska Komala Sari,[2] Tora Fahrudin[3], Heru Nugroho[4]

[1,2,3,4]Universitas Telkom, Bandung
Email: [1]kastaman@telkomuniversity.ac.id, [2]siskaks@telkomuniversity.ac.id,
[3]torafahrudin@telkomuniversity.ac.id, [4]herunugroho@telkomuniversity.ac.id
[*]Penulis Korespondensi

(Naskah masuk: 21 Desember 2023, diterima untuk diterbitkan: 13 Agustus 2024)

Abstrak

Pelanggan suka membayar sekarang dengan uang tunai, kartu debit, dan perbankan online. Di sisi lain, mereka suka membayar nanti dengan pinjaman dan kartu kredit. Bayar nanti yang dikenal sekarang dengan nama *paylater* semakin populer, dan banyak orang lebih suka menggunakannya daripada cara pembayaran lainnya. Namun, *paylater* telah memiliki cukup banyak pelanggan untuk studi yang dapat melihat kepuasan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mencari tahu faktor apa saja yang membuat pelanggan puas dengan layanan paylater. Metode penelitian yang dipakai adalah kualitatif dengan cara survei terhadap 280 mahasiswa dengan rata-rata kelompok usia 15-20 tahun, adapun faktor-faktor yang diteliti setelah dilakukan studi literatur untuk mencari kekuatan hubungan antara lima variabel independen : program studi, jenis kelamin, pendapatan bulanan, pengeluaran bulanan, dan kesadaran terhadap paylater terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen terhadap layanan paylater, dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasilnya hanya dua variabel yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yaitu program studi yang diasumsikan sebagai program studi teknik dan non teknik dan kesadaran terhadap *paylater*. Kami menyimpulkan bahwa jika ada latar belakang program studi teknik dan non teknik, dengan kesadaran terhdap paylater artinya pengtahuan dari paylater baik dari sisi keuntungan dan segala resikonya meningkat maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Temuan penelitian ini menambah apa yang telah diketahui dengan menghubungkan kepuasan pengguna paylater dengan ide-ide yang telah diteliti di lingkungan teknologi lainnya.

Kata kunci: *Perbankan, online, paylater, regresi liner berganda, kepuasan pelanggan.*

ANALYSIS OF DETERMINANTS OF PAYLATER SERVICE USER SATISFACTION WITH A LINEAR REGRESSION APPROACH

Abstract

Customers like to pay now with cash, debit cards, and online banking. On the other hand, they like to pay later with loans and credit cards. Pay later known now as paylater is growing in popularity, and many people prefer to use it over other means of payment. However, paylater has had enough customers for a study that can look at user satisfaction. Therefore, this study tries to find out what factors make customers satisfied with the paylater service. The research method used is qualitative by means of a survey of 280 students with an average age group of 15-20 years, while the factors studied after conducting a literature study to find the strength of the relationship between the five independent variables: study program, gender, monthly income, monthly expenses, and awareness of paylater to the dependent variable, namely customer satisfaction with paylater services, were analysed using multiple linear regression. The results show that only two variables have a positive effect on customer satisfaction: study programme, which is assumed to be engineering and non-engineering study programme, and paylater awareness. We conclude that if there is an engineering and non-engineering study programme background, with an awareness of paylater meaning that the knowledge of paylater both in terms of benefits and risks increases, customer satisfaction will be achieved. The findings of this study add to what is already known by linking paylater user satisfaction to ideas that have been researched in other technology environments.
Keywords: *Banking, online, paylater, multiple liner regression, customer satisfaction*

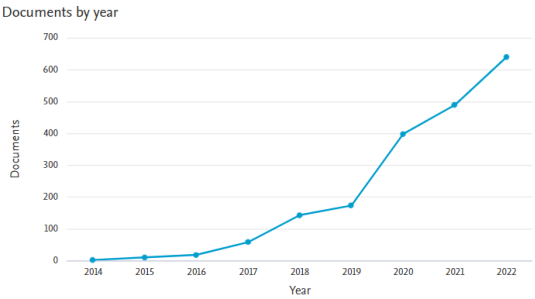
1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kontemporer telah secara signifikan mengubah beberapa aspek perilaku manusia secara keseluruhan. Dalam masyarakat kontemporer, ada keinginan yang berkembang di antara orang-orang untuk menavigasi dengan cepat,

mahir, dan dengan efisiensi yang optimal, seiring dengan pesatnya perkembangan inovasi teknologi (Laudon & Laudon, 2014). Ilmu pengetahuan dan teknologi berubah dengan cepat, memberi kita lebih banyak cara untuk melakukan pembayaran dan membuat hidup kita lebih mudah(Sun, 2023). Di tahun-tahun mendatang, e-commerce akan digunakan untuk membeli dan menjual lebih banyak materi digital. Sistem pembayaran elektronik yang berfungsi dengan baik dan konten digital yang berkualitas baik merupakan dua faktor penting keberhasilan (Lin & Liu, 2009). Inovasi keuangan dan perbaikan sistem pembayaran penting tidak hanya untuk meningkatkan pengiriman uang tetapi juga untuk membantu perusahaan online di seluruh dunia tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu, banyak perusahaan terkemuka di bidang perdagangan elektronik berupaya keras untuk membuat sistem pembayaran mereka lebih baik sehingga mereka dapat menarik lebih banyak orang dan bersaing dengan perusahaan terkemuka lainnya di pasar (Tang dkk., 2021). Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, ketersediaan layanan keuangan berbasis teknologi (fintech) di Indonesia menjadi sangat penting (Hadad, 2017). Mata uang digital dan pembayaran elektronik telah menjadi topik studi hangat di seluruh dunia karena dampaknya di masa depan (Shi & Sun, 2020).

Sejalan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, ketersediaan layanan keuangan berbasis teknologi (fintech) di Indonesia menjadi sangat penting (Hadad, 2017). Mata uang digital dan pembayaran elektronik telah menjadi topik studi hangat di seluruh dunia karena dampaknya di masa depan (Shi & Sun, 2020). Pengalaman melakukan pembayaran menggunakan *smartphone* telah diubah secara fundamental oleh fintech. Sektor perbankan secara substansial terganggu oleh fintech. Salah satu alasan utama mengapa fintech begitu sukses adalah karena ia menawarkan barang-barang revolusioner dengan harga murah (Arjunwadkar, 2018).

Fintech yang telah terdaftar di Bank Indonesia merupakan gabungan antara layanan keuangan dan teknologi yang memungkinkan transaksi keuangan dapat dilakukan tanpa memerlukan rekening bank. Di satu sisi, hal ini menghadirkan persoalan bagi masyarakat Indonesia yang belum siap menerima perubahan kegiatan ekonomi, namun di sisi lain, FinTech dapat membantu membiayai usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya dengan menjadi wadah yang sederhana dan aman. transaksi peminjaman (Rahardjo dkk., 2019). Gambar 1 menunjukan tren penelitian terkait fintech terlihat sejak tahun 2014 memiliki tren yang naik dari tahun ke tahun. Data ini merupakan hasil pengolahan dari database scopus dengan kriteria pencarian TITLE-ABS-KEY (fintech) AND PUBYEAR > 2013 AND PUBYEAR < 2024, penelitian terkait fintech masih banyak ditemukan (2.447 dokumen). Hal ini diduga karena penelitian tentang covid-19 meningkat tajam pada tahun tersebut TITLE-ABS-KEY (covid-19) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar") OR LIMIT-TO (DOCTYPE , "re")) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE , "final")) AND (LIMIT-TO (SRCTYPE , "j")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English")) , penelitian covid-19 pada rentang waktu 2019 sampai 2024 ditemukan (359.161 dokumen).

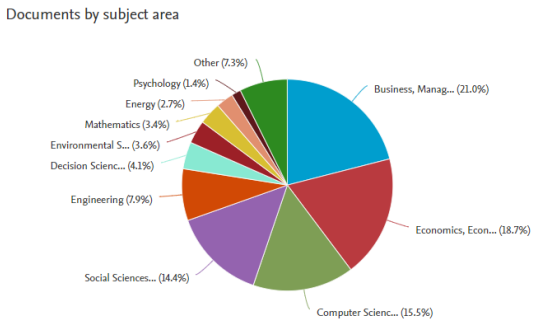


Gambar 1. Tren penelitian fintech(Scopus, t.t.)

Waktu pembayaran dianggap sebagai fitur pembayaran yang dapat membantu menjelaskan mengapa orang lebih memilih jenis pembayaran tertentu dibandingkan jenis pembayaran lainnya. Uang tunai, kartu debit, dan perbankan online menunjukkan bahwa pelanggan suka membayar sekarang, sedangkan kartu kredit dan pinjaman menunjukkan bahwa mereka lebih suka membayar nanti (Agrawal & Gentry, 2020). Bayar nanti semakin banyak digunakan seiring berjalannya waktu, dan orang-orang lebih memilih menggunakan Bayar nanti dibandingkan cara pembayaran lainnya (Information System Department, School of Information Systems, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia 11480 dkk., 2022). Penerapan mekanisme paylater adalah salah satu konsep FinTech yang menarik. Salah satu pembayaran digital paling memikat di Indonesia saat ini adalah bayar nanti. Metode ini, yang dapat disamakan dengan kartu kredit, memudahkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa dengan potensi pembayaran di masa mendatang. Sebagai hasil dari kemampuan sistem untuk menerima pembayaran cicilan, temuan penelitian menunjukkan bahwa bayar nanti dan kredit saling terkait (Pratika dkk., 2021). Salah satu layanan keuangan yang memungkinkan pembayaran cicilan tanpa perlu kartu kredit adalah PayLater.

Sebuah penelitain yang pernah di lakukan oleh peneliti Artina tahun 2021 menyatakan bahwa faktor kenyamanan, keuntungan, keandalan dan atribut layanan semua faktor tersebut memiliki efek simultan yang positif terhadap tingkat kepuasaan pengguna E-money yang meruapakan salah satu produk fintech(Artina, 2021). Devia at.al dengan menggunakan data primer dengan mengumpulkan dan menganalisis tanggapan dari sampel perwakilan pelanggan Paylater di Kota Malang melalui parsial Least Square (PLS) pada tahun 2022. Usia pengguna Shopee Paylater, suku bunga kredit, dan kepuasan pelanggan semuanya menunjukkan pengaruh yang

signifikan secara statistik terhadap pembelian. Suku bunga kredit dan kepuasan pembeli adalah dua faktor yang sangat penting dalam menggunakan Gojek Paylater (Devia Ss & Putri, 2022). Seperti terlihat pada gambar 2, penelitian mengenai fintech dengan menggunakan database scopus terutama di fokuskan pada bidang manajemen bisnis akunting, ekonomi ekonometrik dan keuangan serta komputer sain.

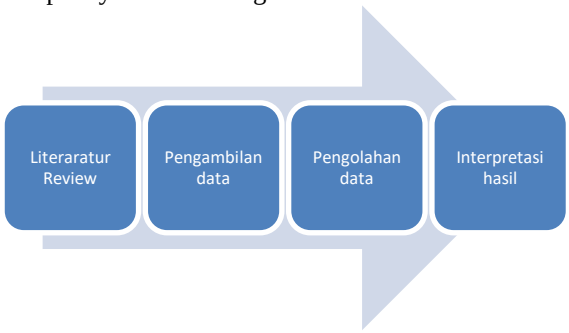


Gambar 2. Dokumen berdasarkan bidang dalam topik fintech

Dalam penelitian ini akan dilakukan identifikasi fakor yang mempengaruhi kepuasan terhadap layanan paylater selain faktor sudah di lakukan oleh penelitian sebelumnya ditambahkan juga faktor yang belum dilakukan pada penelitian sebelumnya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan cara survei. Survei dilakukan dengan menggunakan bantuan kusioner secara daring terhadap mahasiswa di Indonesia. Pengambilan sampel untuk pengumpulan data di lakukan dengan menggunakan teknik random sampling. Adapun ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 280 mahasiswa dengan rata-rata pada kelompok usia 15-20 tahun. Hasil pengumpulan data kemudian dianalisis menggunakan aplikasi spreadsheet dan minitab statistic software. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:



Gambar 3 Tahapan Penelitian

Pada tahapan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu literatur review, pengambilan data, pengolahan data dan interpretasi hasil. Pada tahapan literatur review terdapat faktor-faktor yang akan menjadi variabel eksogen dari penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, dari tahapan literatur review di dapatkan faktor-faktor yang berperngaruh terhadap kepuasasn layanan paylater, yaitu program studi (X1), jenis kelamin(X2), pendapatan bulanan(X3), pengeluaran bulana(X4), transaksi e-commerce(X5) dan kesadaran tentang paylater (X6). Sementara kepuasan terhadap layanan paylater (Y) merupakan variabel endogen untuk penelitian ini. Pada persamaan (1), Y merupakan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. a merupakan konstanta yaitu nilai variabel terikat Y, b merupakan nilai koefisien varibel X, sedangkan X merupakan nilai peubah atau variabel bebasnya.

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 \quad (1)$$

Tahapan selanjutnya adalah pengambilan data menggunakan form elektronik google form dan didistribusikan secara online dengan menggunakan beberapa aplikasi social media seperti WhatsApp. Tahapan selanjutnya adalah pengolahan data quisioner data yang di dapat dari hasil quisioner dilakukan normalisasi data antara lain transformasi data dari ordinal ke interval kemudian mengolahnya dengan analisis regresi linier menggunakan software minitab statistical software, terakhir interpretasi hasil dengan analisis berdasarkan hasil regresi liner yang sudah di lakukan, didalamnya terdapat keterkaintan variabel-variabel yang mempengaruhi terhadap kepuasan terhadap layanan paylater.

3. TINJAUAN PUSTAKA

FinTech adalah "Teknologi Keuangan Baru" yang menggunakan alat informasi dan komunikasi baru untuk menyediakan layanan keuangan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Basdekis tahun 2022 hasilnya adalah, pelanggan dari segala usia tampaknya lebih mempercayai bank tradisional daripada perusahaan FinTech, sedangkan tingkat transaksi seluler untuk setiap pelanggan bergantung pada usia dan pendidikan mereka. Dari apa yang dikatakan orang, jelas bahwa keamanan menjadi perhatian terbesar mereka saat menggunakan layanan perbankan dari perusahaan FinTech. Di sisi lain, survei kedua dengan pegawai bank menunjukkan dengan jelas bahwa tingkat pendidikan mereka merupakan faktor kunci dalam kesiapan mereka untuk menggunakan teknologi baru dan bagaimana mereka bereaksi terhadapnya (Basdekis dkk., 2022). Alwi dkk pada tahun 2019 di Malaysia melakukan penelitian yang melihat berbagai hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Malaysia. Kemudahan penggunaan, Keamanan & Privasi, Penyajian Informasi, Kenyamanan, dan Kualitas Layanan semuanya akan diperhitungkan dengan menggunakan variabel yang terkait dengan Teori Integrasi Disonansi, Asimilasi, dan Kontras. Makalah ini merupakan studi kuantitatif, dan survei online digunakan untuk mengumpulkan data. Berdasarkan hasil studi korelasi Pearson, Keamanan dan Privasi (SP), diikuti oleh Kualitas Layanan (SQ), Penyajian Informasi (IP), dan Kemudahan Penggunaan (EOU),

merupakan faktor terpenting dalam kepuasan pelanggan FinTech seluler. layanan pembayaran. Jadi, lembaga keuangan di Malaysia dapat meningkatkan keamanan dan privasi atau membuat nasabahnya lebih sadar dengan memberikan informasi atau penjelasan tentang keamanan dan privasi (Alwi, t.t.). Penelitian yang dilakukan oleh Deufel dkk tahun 2019 menyatakan bahwa mereka mengisi kesenjangan penelitian dalam bidang ini dengan membandingkan cara berbagai negara dan kelompok masyarakat menggunakan opsi pembayaran online. Aspek budaya Hofstede yaitu jarak kekuasaan, individualism-kolektivisme, maskulinitas-feminimisme, menghindari ketidakpastian, pragmatism dan indulgence digunakan sebagai dasar kerangka konseptual mereka untuk menjelaskan perbedaan pembayaran ini. Penelitian ini didasarkan pada 140.000 pembelian online nyata yang dilakukan di 14 negara Eropa dari toko online fashion internasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya menjelaskan perbedaan dengan baik dan memiliki pengaruh yang jauh lebih besar terhadap pilihan konsumen dibandingkan demografi. Toko online dengan tim pemasaran internasional dapat menggunakan hasil kami untuk mengetahui negara mana yang memerlukan metode pembayaran baru (Deufel dkk., 2019). Dari studi yang dilakukan oleh Bere tahun 2022, diketahui bahwa tren fintech di Indonesia saat ini dipengaruhi oleh empat hal: teknologi, usaha kecil dan menengah (UKM), peraturan perundang-undangan, dan layanan perbankan (Bere dkk., 2022). Pada penelitian yang di lakukan oleh Lubis et al tahun 2022 temuan penelitian menunjukkan bahwa pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan individu untuk memanfaatkan layanan fintech berbasis online, khususnya pinjaman online. Pertama, pekerjaan ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan individu untuk menggunakan pinjaman online, karena status pekerjaan individu terkait erat dengan kebutuhan konsumsi mereka. Kedua, pendidikan juga ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan individu untuk menggunakan pinjaman online, karena tingkat pendidikan yang lebih tinggi dikaitkan dengan kecenderungan yang lebih besar untuk memanfaatkan layanan tersebut. Ketiga, pendapatan ditemukan memiliki dampak positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan individu untuk menggunakan pinjaman online, karena tingkat pendapatan yang lebih tinggi dapat meningkatkan standar hidup individu dan masyarakat. Terakhir, ketika mempertimbangkan pekerjaan, pendidikan, dan pendapatan secara bersamaan, terlihat bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan individu untuk menggunakan layanan fintech berbasis online, khususnya pinjaman online (Lubis dkk., 2022).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Aisah tahun 2022 menggunakan transaksi Shopee paylater, keputusan pembelian dipengaruhi oleh kepercayaan, kenyamanan, dan risiko yang dirasakan menurut Aisah tahun 2022 (Aisah, 2022). Sedangkan Dewi dan Tarigan pada tahu 2022 menyatakan bahwa pengetahuan produk dan karakteristik sosial secara parsial memiliki hubungan yang positif dan kuat serta sangat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh pengguna shopeepaylater, sedangkan agama memiliki hubungan positif yang tinggi namun berdampak minimal. Dengan 85% pengaruh berasal dari unsur-unsur yang berkaitan dengan agama, keahlian produk, dan masalah sosial, keputusan pengguna shopee paylater terkena dampak yang signifikan. Sisa 15% pengaruh berasal dari aspek yang tidak terkait dengan penelitian ini (Dewi & Tarigan, 2022). Hasil survei yang dilakukan oleh Iradianty dan Aditya tahun 2020 menunjukkan bahwa pelajar Indonesia memiliki pengetahuan yang sangat baik tentang sistem pembayaran digital. Kriteria penentu utama bagi mereka saat memilih sistem pembayaran digital adalah kemudahan penggunaan, aksesibilitas layanan, diskon, dan poin reward. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mayoritas siswa masih menyukai penggunaan metode pembayaran digital. Untuk meningkatkan kebahagiaan pelanggan, penyedia layanan pembayaran digital dapat memanfaatkan temuan studi tersebut (Iradianty & Aditya, 2020). Keuntungan yang dirasakan, kenyamanan yang dirasakan, keandalan yang dirasakan, dan atribut layanan semuanya memiliki efek simultan yang positif dan substansial terhadap tingkat kepuasan pelanggan dengan E-Money di Kota Palembang, menurut temuan analisis pada penelitian yang dilakukan oleh Artina tahun 2021 (Artina, 2021). Temuan peneliti Mainardes dkk tahun 2023 menunjukkan bahwa kebahagiaan pelanggan dengan fintech sering ditentukan oleh seberapa berharga pelanggan menganggap layanan tersebut, seberapa dapat dipercaya mereka, dan seberapa inventif konsumen. Selain itu, kemudahan penggunaan yang dirasakan melalui manfaat yang dirasakan dan bahaya yang dirasakan melalui kepercayaan keduanya tampaknya berdampak pada seberapa puas pelanggan dengan fintech. Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa akan ada lebih banyak peluang untuk memuaskan pelanggan jika layanan fintech bermanfaat, dapat dipercaya, dan digunakan oleh klien yang terbuka terhadap inovasi (Mainardes dkk., 2023). Menurut data survei dari Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC) pada Juni 2022, pria lebih sering berbelanja di situs e-commerce daripada wanita. Hal ini sudah berlangsung sejak tahun 2020. Menurut penelitian, 62% transaksi dilakukan oleh laki-laki. Sebaliknya, 38% transaksi dilakukan oleh perempuan. Dengan 16 juta sampel transaksi pembayaran yang berasal dari 1,5 juta sampel

pengguna Kredivo di lima situs e-commerce terbesar di Indonesia pada 2021, penelitian bertajuk Perilaku Konsumen E-commerce Indonesia ini menggunakan data primer. Konsumen laki-laki juga mendominasi dengan rasio 64% dari nilai transaksi. Namun, nilai pembelian online wanita hanya 36% dari keseluruhan (Mutia Annur, 2023). Menurut temuan studi yang dilakukan oleh Sari tahun2021, perilaku pembelian impulsif pembelanja online melalui platform ecommerce Indonesia dipengaruhi oleh kemudahan teknologi paylater sebesar 6,4%. Menurut temuan pengolahan data, pengguna paylater di Indonesia memiliki pengalaman yang sangat baik dalam memanfaatkan teknologi tersebut, dan mereka memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsive (Sari, 2021). Temuan penelitian Benyta Putri Bahadiani dkk tahun 2022 menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki akses pada kenyamanan yang memungkinkan mereka untuk membeli saat mereka kekurangan uang tunai (Benyta Putri Bahadiani & Junita Ruth Roselyne Hutagalung, 2022). Berdasarkan temuan uji hipotesis yang dilakukan oleh Awdes dan Surya tahun 2022, variabel yang berkaitan dengan demografi salah satunya adalah dimensi usia, orientasi, dan psikologi memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap keputusan konsumen tentang penggunaan teknologi pembayaran (Awdes & Surya, 2022). Temuan akhir penelitian Eviana dan Saputra tahun 2022 menunjukkan bahwa meskipun suku bunga dan pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan metode pembayaran Pay Later, kondisi kemudahan, dan motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan (Eviana & Saputra, 2022). Temuan akhir studi Panjalu dan Mirati tahun 2022 menunjukkan bahwa sementara suku bunga memiliki pengaruh yang kecil terhadap minat dalam menggunakan Shopee PayLater, faktor lain seperti kenyamanan, uang, dan insentif hedonistik berpengaruh (Panjalu & Mirati, 2022). Menurut temuan penelitian Nasution dan Munir tahun 2023, literasi keuangan dan kemudahan penggunaan secara signifikan berkorelasi dengan rencana untuk menggunakan paylaters, namun persepsi risiko memiliki pengaruh yang kecil terhadap niat tersebut. Hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan keinginan untuk memanfaatkan paylater dapat dilemahkan oleh agama sebagai moderator. Variabel religiusitas tidak dapat meredam hubungan antara literasi keuangan dan persepsi risiko minat menggunakan paylater (Nasution & Munir, 2023). Menurut temuan penelitian Saputra dan sudarwanto tahun 2023, gaya hidup, kepercayaan, dan kenyamanan semuanya memiliki dampak substansial secara parsial dan bersamaan pada keputusan konsumen untuk menggunakan Shopee Paylater untuk melakukan pembelian(Saputra & Sudarwanto, 2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Putra dkk tahun 2020, Studinya menyelidiki bagaimana penggunaan sistem pembayaran mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan layanan transaksi, kenyamanan, kecepatan, kemudahan, manfaat, keaktifan penggunaan, dan keamanan. Studi menunjukkan aspek apa saja yang mempengaruhi kepuasan saat mengembangkan sistem pembayaran. Statistik deskriptif dan analisis Structural Equation Model (SEM) AMOS V.26 digunakan untuk menganalisis hasil kuesioner. Model penelitian dan kuesioner didasarkan pada model sistem informasi keberhasilan DeLone dan McLane serta penerimaan teknologi oleh Tella (2012). Penelitian menemukan bahwa persepsi kenyamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Putra & -, 2020). Secara keseluruhan rangkuman studi literatur dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut :

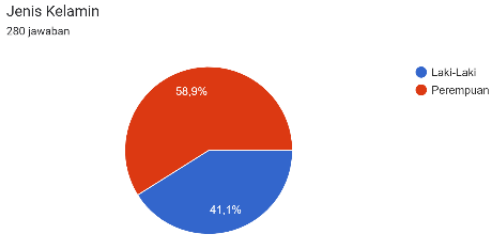
Tabel 1. Rangkuman Studi Literatur

No	Variabel / Faktor	Metode	Paper
1.	Usia, Pendidikan, keamanan	Kuantitatif (statistik)	(Basdekis dkk., 2022)
2.	Kemudahan, keamanan, privasi, penyajian informasi, kenyamanan, kualitas layanan	Analisis korelas Pearson	(Alwi, t.t.)
3.	Budaya	MNL	(Deufel dkk., 2019)
4.	Teknologi, UKM, peraturan perundang-undangan, layanan perbankan	Literatur Review	(Bere dkk., 2022)
5.	Pekerjaan, Pendidikan, pendapatan	Regresi linier berganda	(Lubis dkk., 2022)
6.	Kepercayaan, kenyamanan dan resiko	Purposive Sampling dengan menggunakan teori Malhotra	(Aisah, 2022)
7.	Pengetahuan produk, karakteristik sosial, agama keahlian produk, maslah sosial	Analisis regresi linier berganda.	(Dewi & Tarigan, 2022)
8.	Kemudahan penggunaan, aksesibilitas layanan, diskon, point reward	Teknik statistik deskriptif	(Iradianty & Aditya, 2020)
9.	Keuntungan, kenyamanan, keandalan, atribut layanan	Metode analisis regresi linear berganda	(Artina, 2021)
10.	Kebahagiaan, keberhagaan pelanggan, kepercayaan, inventif, kemudahaan, manfaat	Partial least square (PLS)	(Mainardes dkk., 2023)
11.	Pria, Wanita	Survei	(Mutia Annur, 2023)
12.	Kemudahan teknologi, pengalaman yang baik dari teknologi	Analisis deskriptif kuantitatif	(Sari, 2021)
13.	Kenyamanan	Pendekatan kualitatif	(Benyta Putri Bahadiani & Junita Ruth Roselyne Hutagalung, 2022)
14.	Demografi: usia, orientasi dan psikologi	Analisis regresi linier berganda	(Awdes & Surya, 2022)
15.	Suku bunga, pendapatan, kemudahan, motivasi hedonis	Analisis regresi berganda	(Eviana & Saputra, 2022)
16.	Suku bunga, kenyamanan, insentif hedonistik	Analisis regresi berganda	(Panjalu & Mirati, 2022)

No	Variabel / Faktor	Metode	Paper
17.	Literasi keiuangan, kemudahan penggunaan, persepsi resiko, religiusitas	Kuantitatif deskriptif.	(Nasution & Munir, 2023)
18.	Gaya hidup, kepercayaan dan kenyamanan	Regresi linier berganda	(Saputra & Sudarwanto, 2023)
19.	Layanan transaksi, kenyamanan, kecepatan, kemudahan, manfaat, keaktifan pengguna, keamanan	Structural Equation Model (SEM)	(Putra & -, 2020)
20.	Religiusitas, pengetahuan produk, faktor sosial	Regresi linier berganda	(Fadhila & Marpaung, 2020)

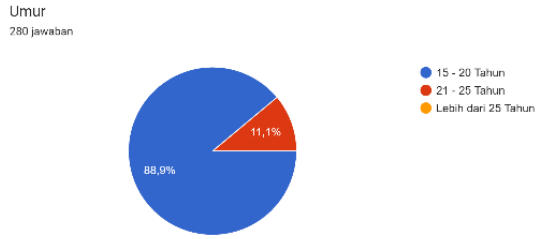
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil sebaran quisioner terdapat 58,9% berjenis kelamin perempuan dan 41.1% adalah Perempuan seperti terlihat pada gambar 4.



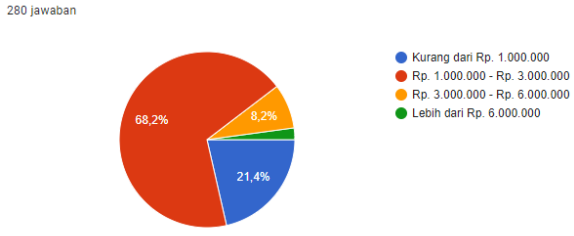
Gambar 4 Jenis kelamin responden

Pada gambar 5 umur yang mengisi quisioner ini adalah 88,9% rentang umur 15 – 20 tahun dan 11,1 adalah umur 21-25 tahun.



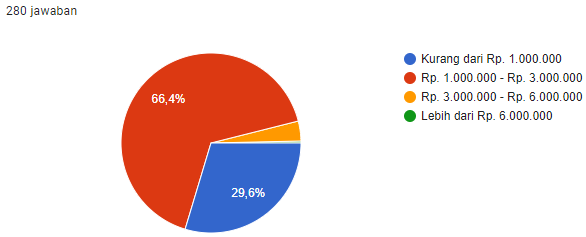
Gambar 5 Umur Responden

Rata-rata pendapatan responden sebanyak 68,2 % pada angka 1-3 juta Rupiah pada gambar 6.



Gambar 6 Pendapatan per bulan responden

Sedangkan pengeluaran responden sebesar 66,4% pada angkat 1-3 juta Rupiah terlihat pada gambar 7.



Gambar 7 Pengeluaran per bulan responden

Tujuan dari analisis regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan hubungan antara lima variabel independen yang sedang diteliti, yaitu program studi (X1), jenis kelamin (X2), pendapatan bulanan (X3), pengeluaran bulanan (X4), transaksi e-commerce (X5), dan kesadaran tentang paylater (X6), dan variabel dependen yang sedang diteliti, yaitu kepuasan konsumen terhadap layanan paylater (Y).

Analisis ini akan dilakukan dengan minitab statistical. Tabel 2 menampilkan hasil analisis regresi linier berganda. Dari tabel 2 diperoleh hasil analisis regresi linier berganda yang menjadi persamaan (2).

$$Y = 1.407 + 0.072X1 - 0.023X2 - 0.039X3 - 0.021X4 - 0.082X5 + 0.101X6 \quad (2)$$

Tabel 2. Hasil Regresi

Model	Unstandardized Coef.		Standardized Coef.	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	1.407	.223		6.306	.000
X1	.072	.056	.078	1.285	.200
X2	-.023	.056	-.026	-.423	.672
X3	-.039	.061	-.047	-.640	.523
X4	-.021	.069	-.023	-.308	.758
X5	-.082	.050	-.100	-1.639	.102
X6	.101	.053	.114	1.906	.058

Berdasarkan temuan persamaan regresi linier berganda yang telah disajikan sebelumnya pada paragraf ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) nilai konstanta (a) sebesar 1,407. Artinya, jika nilai variabel program studi (X1), jenis kelamin (X2), pendapatan bulanan (X3), pengeluaran bulanan (X4), transaksi e-commerce (X5) dan kesadaran tentang paylater (X6) semuanya tetap sama, maka tingkat kepuasan pelanggan akan bernilai positif, yaitu akan menjadi 1,407; 2) Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan meningkat sebesar 0,072 satuan setiap penambahan kenaikan satu satuan pada X1 (program studi) teknik dan non teknik. Oleh karena itu, peningkatan jumlah unit berwujud sebesar satu satuan akan mengakibatkan peningkatan tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater sebesar 0,072 satuan, dengan asumsi semua variabel lainnya tidak berubah hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Rafioh

lubis (Lubis dkk., 2022) dan Basdekis (Basdekis dkk., 2022) ; 3) Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan menurun sebesar 0,023 karena hasil regresi yang bernilai negatif satuan setiap penambahan X2 (jenis kelamin), sehingga jika jenis kelamin meningkat satu satuan maka tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan manurun sebesar 0,023 dengan asumsi semua variabel lain tidak berubah; Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan menurun sebesar 0,039 satuan setiap penambahan X3 (pendapatan bulanan), sehingga jika pendapatan bulanan ini meningkat satu satuan maka tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan menurun sebesar 0,039 dengan asumsi semua variabel lain tidak berubah; 4) kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan berkurang sebesar 0,021 poin untuk setiap tambahan poin X4 (pengeluaran bulanan) yang ditambahkan, jika pengeluaran bulanan bertambah sebasar 0.021 akan menurunkan tingkat kepuasan konsumen terhadap paylater.; 6) Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan menurun sebesar 0,082 setiap penambahan X5 (transaksi e-commerce); 7) Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater akan meningkat sebesar 0,101 setiap penambahan peningkatan X6 (kesadaran tentang paylater), hal ini sesuai dengan penelitan yang sudah dilakukan oleh Fany Fadhila dkk (Fadhila & Marpaung, 2020); 7) Tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan paylater Singkatnya, mengingat semua faktor lainnya tetap sama, peningkatan empati sebesar satu unit akan menghasilkan kenaikan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 1,407 poin persentase.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari studi yang dilakukan, pengumpulan data, dan analisis data selanjutnya, telah ditunjukkan bahwa dua variabel yang beroperasi secara independen memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen, empat variabel secara independen memiliki pengaruh negatif terhadap variabel dependen. Berdasarkan bukti-bukti yang ada, dapat disimpulkan bahwa program studi dan kesadaran tentang paylater memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen terhadap paylater. Limitasi perlu di periksa lagi variabel – variabel lain berikutnya responden akan di tambahkan faktor umur, kemampuan dari teknologi dan informasi kebutuhan konsumtif untuk paylater, rencana berikutnya perlu dicoba menggunakan metode lain menggunakan *principal component analysis* untuk mengurangi dimensi suatu data tanpa mengurangi karakteristik data secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

AGRAWAL, A., & GENTRY, J. W. 2020. Why do many consumers prefer to pay now when they could pay later? *Journal of Consumer Affairs*, *54*(2), 607–627. https://doi.org/10.1111/joca.12292

AISAH, S. 2022. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Penggunaan Transaksi Shopee Paylater* [repository.unisma.ac.id]. http://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/4351

ALWI, S. (t.t.). An Empirical Study on the Customers' Satisfaction on Fintech Mobile Payment Services in Malaysia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, *28*.

ARJUNWADKAR, P. Y. 2018. *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry* (1 ed.). Auerbach Publications. https://doi.org/10.1201/9781351036504

ARTINA, N. 2021. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang*. *11*(1).

AWDES, O., & SURYA, F. 2022. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee (SPayLater) Dengan Model UTAUT2. *Accounting Information System, Taxes …*, *Query date: 2023-07-21 14:35:16*. https://akuntansi.pnp.ac.id/aista/index.php/aista/article/view/13

BASDEKIS, C., CHRISTOPOULOS, A., KATSAMPOXAKIS, I., & VLACHOU, A. 2022. FinTech's rapid growth and its effect on the banking sector. *Journal of Banking and Financial Technology*, *6*(2), 159–176. https://doi.org/10.1007/s42786-022-00045-w

BENYTA PUTRI BAHADIANI & JUNITA RUTH ROSELYNE HUTAGALUNG. 2022. FENOMENA TINGGINYA KONSUMSI KELAS MENENGAH PADA SISTEM PINJAMAN ONLINE BERKEDOK HUTANG DAHULU BAYAR BELAKANGAN. *Saskara : Indonesian Journal of Society Studies*, *2*(2), 46–60. https://doi.org/10.21009/Saskara.022.04

BERE, A. B. M., ANDRIANA, M., KAMILA, M. R., BUDIONO, S., & NOERLINA, N. 2022. Analisa Faktor dan Perkembangan Tren Fintech di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, *4*(3), 145–156. https://doi.org/10.21512/becossjournal.v4i3.8584

DEUFEL, P., KEMPER, J., & BRETTEL, M. 2019. Pay now or pay later: A cross-cultural perspective on online payments. *Journal of Electronic Commerce Research*, *20*(3), 141–154. Scopus.

DEVIA SS, V., & PUTRI, Y. K. W. 2022. Purchase Decision: Do the Paylater Ease and Consumer Satisfaction Affect It? (Case Study on Shopee Paylater and Gojek Paylater). *SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, *6*(2), 147. https://doi.org/10.29259/sijdeb.v6i2.147-164

DEWI, S., & TARIGAN, A. 2022. Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah …*, *Query date: 2023-07-21 14:35:16*. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jmbi/article/view/44486

EVIANA, V., & SAPUTRA, A. J. 2022. *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later*. *6*.

FADHILA, F., & MARPAUNG, M. 2020. *PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEEPAYLATER*.

HADAD, M. D. 2017. Financial technology (fintech) di Indonesia. Dalam *Kuliah Umum tentang Fintech, Indonesia …*. esy.iai-agussalimmetro.ac.id. http://esy.iai-agussalimmetro.ac.id/wp-content/uploads/2017/12/Fintec.pdf

Information System Department, School of Information Systems, Bina Nusantara University, Jakarta, Indonesia 11480, Setiawan, A. A., SILAEN, Y. E., ANDREAS, T., & OKTAVIA, T. 2022. Analysis of Intention to Use on Pay Later Payment System During COVID-19 Pandemic. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, *12*(3), 119–129. https://doi.org/10.46338/ijetae0322_14

IRADIANTY, A., & ADITYA, B. R. 2020. Indonesian Student Perception in Digital Payment. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *17*(4), 518–530. https://doi.org/10.38043/jmb.v17i4.2713

LAUDON, K. C., & LAUDON, J. 2014. *Sistem Informasi Manajemen:Mengelola Perusahaan Digital (Edisi 13)*. Salemba Empat.

LIN, S.-J., & LIU, D.-C. 2009. An incentive-based electronic payment scheme for digital content transactions over the Internet. *Journal of Network and Computer Applications*, *32*(3), 589–598. https://doi.org/10.1016/j.jnca.2008.08.003

LUBIS, N. R., RAHMA, T. I. F., & INAYAH, N. 2022. Pengaruh Pekerjaan, Pendidikan dan Pendapatan terhadap keputusan Masyarakat dalam Menggunakan Layanan Fintech Berbasis Online (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, *Vol. 2 No. 2*, 3438–3445.

MAINARDES, E. W., COSTA, P. M. F., & NOSSA, S. N. 2023. Customers' satisfaction with fintech services: Evidence from Brazil. *Journal of Financial Services Marketing*, *28*(2), 378–395. https://doi.org/10.1057/s41264-022-00156-x

MUTIA ANNUR, C. 2023, Juli 31. Survei Kredivo-KIC: Laki-laki Lebih Sering Transaksi di E-commerce Ketimbang Perempuan. *Survei Kredivo-KIC: Laki-laki Lebih Sering Transaksi di E-commerce Ketimbang Perempuan*. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/06/survei-kredivo-kic-laki-laki-lebih-sering-transaksi-di-e-commerce-ketimbang-perempuan

NASUTION, N., & MUNIR, M. 2023. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Buhuts*, *Query date: 2023-07-21 14:35:16*. https://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/3493

PANJALU, D. A., & MIRATI, E. 2022. *Analisis Pengaruh Minat Pengguna Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee*.

PRATIKA, Y., SALAHUDIN, S., RIYANTO, D. W. U., & AMBARWATI, T. 2021. Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, *23*(3). https://doi.org/10.14414/jebav.v23i3.2343

PUTRA, H. R., & -, S. 2020. Analysis of Customer Satisfaction Factors on e-Commerce Payment System Methods in Indonesia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, *11*(4). https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0110463

RAHARDJO, B., IKHWAN, K., & SIHARIS, A. K. 2019. Pengaruh financial technology (fintech) terhadap perkembangan UMKM di Kota Magelang. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Fakultas …*. core.ac.uk. https://core.ac.uk/download/pdf/275904019.pdf

SAPUTRA, V. R. J., & SUDARWANTO, T. 2023. Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *11*(2).

SARI, R. 2021. Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, *7*(1), 44–57. https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i1.2058

SCOPUS. t.t. *Research Pay-later or financial technology*. Diambil 29 Agustus 2023, dari https://www.scopus.com/term/analyzer.uri?sort=r-f&src=s&sid=0e774fdcbbf7b01cba258cf82368d828&sot=a&sdt=a&cluster=scosubtype%2c%

22ar%22%2ct%2c%22re%22%2ct%2bscopubstage%2c%22final%22%2ct%2bscosrctype%2c%22j%22%2ct%2bscolang%2c%22English%22%2ct&sl=107&s=TITLE-ABS-KEY%28pay+AND+later+OR+pay-later+OR+financial+AND+technology%29+AND+PUBYEAR+%3e+2012+AND+PUBYEAR+%3c+2024&origin=resultslist&count=200&analyzeResults=Analyze+results

SHI, Q., & SUN, X. 2020. A Scientometric Review of Digital Currency and Electronic Payment Research: A Network Perspective. *Complexity*, *2020*, 1–17. https://doi.org/10.1155/2020/8876017

SUN, X. 2023. The Influence of Digital Currency Popularization and Application in Electronic Payment Based on Data Mining Technology: *International Journal of Information Technologies and Systems Approach*, *16*(2), 1–12. https://doi.org/10.4018/IJITSA.323193

TANG, Y. M., CHAU, K. Y., HONG, L., IP, Y. K., & YAN, W. 2021. Financial Innovation in Digital Payment with WeChat towards Electronic Business Success. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *16*(5), 1844–1861. https://doi.org/10.3390/jtaer16050103

Halaman ini sengaja dikosongkan