

DAMPAK AKSESIBILITAS, KEPERCAYAAN DAN KEMAMPUAN FINANSIAL TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER PADA GEN Z DI SURAKARTA SURAKARTA

Diajeng Kharisma¹, Suhesti Ningsih², Muhammad Hasan Ma'ruf³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia, Sukoharjo
E-mail: * diajeng.kha@gmail.com ¹, hesti.hegi@gmail.com ², hasan.stie.aas@gmail.com ³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh variabel aksesibilitas, kepercayaan, dan kemampuan finansial terhadap penggunaan layanan Shopee PayLater oleh Generasi Z di wilayah Surakarta. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dari total populasi sebanyak 158.038 individu. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 orang. Analisis data diawali dengan statistik deskriptif berdasarkan karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, domisili kecamatan, serta tingkat kemampuan finansial. Hasil uji instrumen menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner valid dan reliabel. Selanjutnya, dilakukan pengujian asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (t-test), uji simultan (F-test), dan analisis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen secara individu maupun kolektif terhadap variabel dependen. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa secara parsial, hanya variabel kemampuan finansial yang memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater, sedangkan variabel aksesibilitas dan kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan

Kata Kunci

Generasi Z, Aksesibilitas, Kepercayaan, Kemampuan finansial, Shopee PayLater

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of accessibility, trust, and financial capability on the use of Shopee PayLater among Generation Z in the Surakarta region. A quantitative approach was employed, using purposive sampling and the Slovin formula to determine the sample size from a population of 158,038 individuals. A total of 100 respondents were obtained. Data analysis began with descriptive statistics based on age, gender, district of residence, and financial capability. Instrument testing indicated that all questionnaire items were both valid and reliable. Subsequently, classical assumption tests were conducted, including tests for normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. Hypothesis testing involved partial tests (t-test), simultaneous tests (F-test), and the coefficient of determination (R^2) to assess the extent to which the independent variables individually and collectively influence the dependent variable. The findings revealed that, partially, only financial capability had a significant effect on the use of Shopee PayLater, while accessibility and trust showed no significant influence.

Keywords

Generation Z, Accessibility, Trust, Financial capability, Shopee PayLater

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mengakibatkan perubahan besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan dan transaksi. Digitalisasi sistem pembayaran menjadi inovasi penting yang mendorong efisiensi dan kenyamanan. Kini, masyarakat dapat bertransaksi dengan cepat, aman, dan praktis tanpa membawa uang tunai (Rini, 2021). Aksesibilitas adalah persepsi pengguna terhadap kecepatan, kejelasan

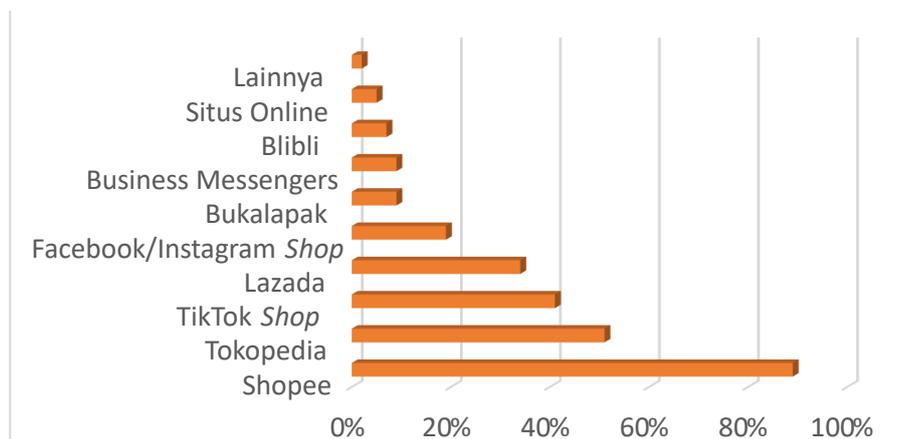
langkah transaksi, dan kemudahan akses layanan pada platform digital (Lestari, 2020). Ini mencerminkan seberapa mudah pengguna melakukan transaksi online, mulai dari pencarian produk hingga konfirmasi pembayaran (Ramadhani & Yulianti, 2021). Individu dengan kemampuan finansial lebih tinggi cenderung lebih percaya diri menggunakan layanan kredit karena merasa mampu melunasi kewajiban pembayaran (Risnawati, 2020).

Shopee merupakan salah satu platform unggulan dalam transformasi digital, menawarkan berbagai kemudahan bagi penggunanya. Selain unggul dalam penawaran produk, Shopee terus berinovasi dalam sistem pembayaran. Pengguna dapat menikmati cashback, voucher diskon, dan reward dari Shopee Games. Inovasi utamanya adalah Shopee *PayLater*, fitur pembayaran tunda yang memungkinkan transaksi tanpa kartu kredit (Nikmah & Iriani, 2023). Fitur ini diluncurkan pada 6 Maret 2019 dan dikembangkan bersama PT Lentera Dana Nusantara (LDN).

Shopee *PayLater* hadir sebagai solusi atas kebutuhan masyarakat akan layanan kredit yang fleksibel, mudah diakses, dan tidak memberatkan. Menurut (Anjani & Gunawan 2021), fitur ini diminati generasi muda karena kemudahan aktivasi, limit kredit yang cukup besar, serta pelunasan cicilan yang praktis melalui aplikasi. Pengguna dapat membeli terlebih dahulu dan membayar kemudian, baik secara penuh di bulan berikutnya maupun dengan cicilan sesuai tenor. Dengan bunga rendah dan proses verifikasi cepat, Shopee *PayLater* juga telah disetujui oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Melalui tagline "semua pasti ada di Shopee, gratis ongkir", Shopee menegaskan komitmennya dalam mempermudah belanja online. Penghargaan Top Brand Award menjadi bukti popularitasnya di kalangan konsumen. Belanja online kini menjadi kebiasaan, berkat kemudahan Shopee dalam menemukan dan memperoleh barang, termasuk melalui opsi pembayaran seperti Shopee *PayLater*

Shopee *PayLater* kini menjadi salah satu fitur unggulan Shopee yang memberika kemudahan dalam transaksi kredit. Penggunaannya terus meningkat, terutama di kalangan Generasi Z yang akrab dengan teknologi digital. Menurut Wibowo dan Ayuningtyas (2024), Generasi Z cenderung memilih merek yang selaras dengan nilai personal, aktif di media digital, dan lebih mengutamakan pengalaman daripada produk fisik. Lahir antara 1997–2012, Generasi Z dikenal sebagai digital native dan semakin berperan dalam membentuk tren pasar serta adopsi teknologi finansial di Indonesia (Nabila & Fasa, 2025). Di Surakarta, penggunaan Shopee *PayLater* oleh Generasi Z terus tumbuh, memberi dampak positif pada ekonomi digital lokal. Namun, masih banyak faktor yang perlu diteliti lebih lanjut terkait adopsi layanan ini (Andre Setiawan, 2024).

Beberapa faktor yang diduga berpengaruh signifikan terhadap keputusan Generasi Z dalam menggunakan Shopee *PayLater* antara lain aksesibilitas, kepercayaan terhadap layanan, dan kemampuan finansial. Kepercayaan pelanggan merupakan keyakinan bahwa organisasi atau merek akan memenuhi janji dan menyediakan layanan sesuai harapan (Nursani et al., 2023). Dalam *e-commerce*, kepercayaan memperkuat hubungan antara pembeli dan penjual, serta dapat dibangun melalui kebijakan dan reputasi (Siddiqui & Lundberg, 2024).



Gambar 1.1 Penggunaan E-commerce pada Awal Tahun 2024

Dari data tabel, Shopee mencatat nilai tertinggi sebesar 89%, unggul jauh dari pesaingnya. Tokopedia menempati posisi kedua dengan 51%, diikuti TikTok Shop 41%, dan Lazada 34%. Shopee lebih populer di kalangan wanita (92%) dibanding pria (85%). Hal serupa terjadi pada TikTok Shop, dipilih oleh 49% wanita dan 33% pria. Sebaliknya, Tokopedia lebih diminati pria (59%) dibanding wanita (42%).

Popularitas *Shopee* merata di seluruh kelompok usia, mulai dari Generasi Z (1997–2009), Milenial (1981–1996), hingga Generasi X (1965–1980), dengan ketiganya lebih menyukai *Shopee* dibanding *e-commerce* lain. Bagi Generasi Z, pilihan kedua adalah TikTok Shop, lalu Tokopedia dan Lazada. Sementara Milenial memilih Tokopedia di posisi kedua, *Shopee* ketiga, diikuti TikTok Shop dan Lazada. Untuk Generasi X, Tokopedia berada di urutan kedua setelah *Shopee*, lalu Lazada dan TikTok Shop (Santika, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa aksesibilitas berperan penting dalam adopsi layanan keuangan digital. Studi oleh (Khasanah & Aswad 2024) dan Rohmah et al. (2020) menyimpulkan bahwa aksesibilitas berpengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Namun, penelitian lain seperti (Asja & Susanti 2021 & Lestari 2020) tidak menemukan pengaruh signifikan. Sementara itu, kepercayaan konsumen terbukti berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Shopee PayLater* (Suciarni & Nurabiah, 2024; Khasanah & Aswad, 2024).

Di samping itu, tingkat kemampuan finansial juga berperan penting dalam pemilihan *Shopee PayLater*. Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) umumnya lebih menarik bagi konsumen dengan tingkat kemampuan finansial tertentu yang memungkinkan mereka melakukan pembelian secara kredit. Penelitian oleh menyimpulkan bahwa kemampuan finansial berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan layanan *Shopee paylater* (Lestari & Erawati, 2024; Rohmah et al., 2020)r. Namun, terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh yang menunjukkan bahwa kemampuan finansial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan tersebut (Eviana & Saputra, 2022).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas peneliti ingin mengetahui perkembangan layanan BNPL terutama *Shopee PayLater* dan ingin meneliti lebih lanjut tentang pengaruh aksesibilitas, kepercayaan dan kemampuan finansial pada penggunaan *Shopee PayLater* karena masih terdapat hasil penelitian terdahulu yang inkonsisten. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : “Dampak Aksesibilitas, Kepercayaan Dan Kemampuan Finansial Terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* Pada Gen Z di Surakarta Surakarta.”

2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif, yaitu data berupa angka yang mencerminkan pengaruh aksesibilitas, kepercayaan, dan kemampuan finansial terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Data diolah secara statistik untuk menguji hipotesis. Populasi penelitian mencakup seluruh Generasi Z di Surakarta (lahir 1997–2012), yang berjumlah 158.038 jiwa (BPS Kota Surakarta, 2024). Karena populasi melebihi 100, maka digunakan teknik pengambilan sampel 10%. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui observasi dan kuesioner. Analisis data meliputi Uji Statistik Deskriptif, yang menggambarkan karakteristik 100 responden Generasi Z di Surakarta berdasarkan hasil kuesioner. Tujuannya untuk mengetahui distribusi responden secara umum. Selanjutnya, dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mengukur variabel yang dimaksud, dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. Item dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel dan signifikansi $<$ 0,05; sebaliknya, dianggap tidak valid jika r hitung $<$ r tabel dan signifikansi $>$ 0,05 (Sugiyono, 2022).

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan kelayakan model regresi secara statistik dan bebas dari pelanggaran asumsi dasar. Pertama, uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S), di mana data dinyatakan normal jika nilai signifikansi (Asymp. Sig) $>$ 0,05. Kedua, uji multikolinearitas dilihat dari nilai Tolerance ($>$ 0,10) dan VIF ($<$ 10), yang menunjukkan tidak adanya hubungan linear antar variabel independen. Ketiga, uji heteroskedastisitas menggunakan metode Spearman's rho, dengan kriteria signifikansi $>$ 0,05 untuk menyatakan model bersifat homoskedastik. Jika hasil uji menunjukkan nilai $<$ 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas dan model perlu disesuaikan melalui transformasi data atau metode regresi alternatif.

Sehingga pada bagian terakhir dilakukannya uji Hipotesis yang terbagi atas tiga meliputi Analisis Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen (aksesibilitas, kepercayaan, kemampuan finansial) terhadap satu variabel dependen (penggunaan *Shopee PayLater*). Model regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + e$$

Dimana:

Y = Penggunaan *Shopee PayLater*

a = Konstanta

b = Koefisien Variabel

X1 = Aksesibilitas

X2 = Kepercayaan

X3 = Kemampuan finansial

e = error

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi secara keseluruhan signifikan. Dengan kata lain, uji ini menguji apakah variabel independen (aksesibilitas, kepercayaan, dan kemampuan finansial) secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen (penggunaan *Shopee PayLater*). Adapun kriteria hasil uji F adalah sebagai berikut:

- Jika nilai F hitung $>$ nilai F tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05, maka model regresi dapat diterima atau layak digunakan.

- Jika nilai F hitung < nilai F tabel dan nilai signifikansi > 0,05, maka model regresi tidak dapat diterima atau tidak layak digunakan.

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2022), contohnya pengaruh aksesibilitas (X1) terhadap penggunaan Shopee PayLater (Y). Sementara itu, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Semakin mendekati nilai 1, maka semakin besar kontribusi variabel aksesibilitas, kepercayaan, dan kemampuan finansial dalam menjelaskan variasi penggunaan Shopee *PayLater*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil penelitian

Sebelum dilakukan pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis, langkah awal yang dilakukan adalah pengujian instrumen penelitian guna memastikan bahwa alat ukur yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pengujian ini bertujuan untuk menjamin bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan dan layak digunakan dalam analisis lanjutan. Proses pengujian instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26, yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas terhadap setiap item dalam kuesioner. Pada tahap uji validitas, suatu item dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Penentuan nilai r-tabel dalam penelitian ini didasarkan pada rumus derajat kebebasan (df) = $n - 2$, yaitu $100 - 2 = 98$, sehingga diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,196.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	P (Sig).	Keterangan
Askesibilitas (X2)	KT1	0,681	0,196	0,000	Valid
	KT2	0,681	0,196	0,000	Valid
	KT3	0,668	0,196	0,000	Valid
	KT4	0,664	0,196	0,000	Valid
	KT5	0,678	0,196	0,000	Valid
Kepercayaan (X2)	KP1	0,625	0,196	0,000	Valid
	KP2	0,703	0,196	0,000	Valid
	KP3	0,667	0,196	0,000	Valid
	KP4	0,672	0,196	0,000	Valid
	KP5	0,667	0,196	0,000	Valid
Kemampuan Finansial (X3)	PD1	0,653	0,196	0,000	Valid
	PD2	0,745	0,196	0,000	Valid
	PD3	0,738	0,196	0,000	Valid
	PD4	0,733	0,196	0,000	Valid
	PD5	0,735	0,196	0,000	Valid
Penggunaan Shopee <i>PayLater</i> (Y)	PS1	0,655	0,196	0,000	Valid
	PS2	0,669	0,196	0,000	Valid
	PS3	0,662	0,196	0,000	Valid
	PS4	0,653	0,196	0,000	Valid

	PS5	0,674	0,196	0,000	Valid
--	-----	-------	-------	-------	-------

Berdasarkan Tabel 1, seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel dinyatakan valid, dengan nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,196. Ini menunjukkan bahwa semua instrumen memenuhi kriteria validitas konstruk, sehingga mampu mengukur variabel yang diteliti. Validitas ini menjadi dasar kuat untuk melanjutkan ke tahap analisis berikutnya secara ilmiah.

Uji reabilitas Dalam penelitian ini saya menggunakan rumus Cronbach Alpha. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel sebagaimana pada tabel berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Kemudahan transaksi (X1)	0,696	0,600	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,687	0,600	Reliabel
Kemampuan finansial (X3)	0,765	0,600	Reliabel
Penggunaan <i>Shopee PayLater</i> (Y)	0,687	0,600	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2, hasil uji reliabilitas yang disajikan seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha yang melebihi batas minimum sebesar 0,60, sehingga instrumen yang digunakan dianggap konsisten dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, data yang diperoleh dari responden dinilai layak untuk digunakan dalam analisis lanjutan pada tahap pengujian hipotesis.

Setelah hasil pengujian instrumen dilakukan dan dinyatakan layak maka dilakukannya pengujian asumsi klasik yang dimana menggunakan uji normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang diperoleh dari responden mengikuti distribusi normal. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji normalitas data adalah *uji Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig*) lebih besar dari 0,05, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	KolmogorovSmirnov P-Value	Sig.	Keterangan
Unstandardized Residual	0,719	0,679	$P > 0,05$ Normal

Berdasarkan tabel 3 uji normalitas yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar $0,679 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas, sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara sah.

Uji multikolinearitas digunakan untuk memeriksa adanya korelasi yang sangat tinggi antara variabel independen dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dapat di lihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
(Constant)			
Kemudahan Transaksi	0,994	1,006	Bebas Multikolinear
Kepercayaan	0,951	1,052	Bebas Multikolinear
Pendapatan	0,956	1,046	Bebas Multikolinear

Berdasarkan uji multikolinearitas tabel 4 yang telah dilakukan menunjukkan bahwa data diatas tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini karena semua variabel independen memiliki nilai toleran $> 0,1$ dengan nilai variabel aksesibilitas (X1) sebesar 0,994, variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,951 dan variabel kemampuan finansial (X3) sebesar 0,956. Semua variabel independen memiliki nilai VIF $<$ dari 10 dengan nilai 1,006 untuk variabel aksesibilitas, 1,052 variabel kepercayaan dan 1,046 variabel kemampuan finansial.

Uji heteroskedastisitas, Salah satu metode yang digunakan adalah uji *spearman's rho*, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Jika hasil regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari masing-masing variabel bebas $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau model bersifat homoskedastik. **Tabel 5.**

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Aksesibilitas	0,606	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,859	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kemampuan finansial	0,497	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi masing-masing variabel $> 0,05$: aksesibilitas (X1) sebesar 0,606, kepercayaan (X2) sebesar 0,859, dan kemampuan finansial (X3) sebesar 0,497. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari X1, X2, dan X3 terhadap penggunaan *Shopee PayLater* (Y), serta membentuk model persamaan prediktif antara variabel..

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3,210	1,630	
Kemudahan Transaksi	-0,022	0,074	-0,021
Kepercayaan	0,059	0,071	0,061
Kemampuan finansial	0,741	0,076	0,704

Berdasarkan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,210 - 0,022X_1 + 0,059X_2 - 0,741X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, interpretasi dari persamaan tersebut. Nilai konstanta sebesar 3,210 menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yaitu aksesibilitas (X1), kepercayaan (X2), dan kemampuan finansial (X3) diasumsikan bernilai nol, maka nilai penggunaan *Shopee PayLater* (Y) diperkirakan sebesar 3,210 satuan. Ini merupakan titik awal (baseline) prediksi Y saat seluruh X tidak berpengaruh atau tidak aktif.

Koefisien X1 sebesar -0,022 menunjukkan hubungan negatif antara aksesibilitas dengan penggunaan *Shopee PayLater*. Artinya, setiap penambahan satu satuan pada aksesibilitas (X1) justru akan menurunkan penggunaan *Shopee PayLater* (Y) sebesar 0,022 satuan, dengan asumsi variabel X2 dan X3 tetap konstan. Sebaliknya, penurunan X1 akan sedikit meningkatkan Y sebesar nilai yang sama. Koefisien X2 sebesar 0,059 menunjukkan hubungan positif antara kepercayaan dengan penggunaan *Shopee PayLater*. Ini berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kepercayaan (X2) akan meningkatkan penggunaan *Shopee PayLater* (Y) sebesar 0,059 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Koefisien X3 sebesar -0,741 menunjukkan hubungan negatif yang kuat antara kemampuan finansial dan penggunaan *Shopee PayLater*. Artinya, setiap kenaikan satu satuan pada X3 akan menurunkan Y sebesar 0,741 satuan, jika X1 dan X2 tetap. Sebaliknya, penurunan kemampuan finansial cenderung meningkatkan penggunaan layanan. Simbol *e* dalam model regresi mewakili error atau residual, yaitu variasi Y yang tidak dijelaskan oleh X1, X2, dan X3, menunjukkan adanya faktor lain di luar model. Untuk memastikan kelayakan model, perlu dilakukan uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi secara keseluruhan signifikan. Dengan kata lain, uji ini menguji apakah variabel independen (aksesibilitas, kepercayaan, dan kemampuan finansial) secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen (penggunaan *Shopee PayLater*). Menentukan nilai F tabel pada penelitian ini menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} df2 &= n - k - 1 \\ &= 100 - 3 - 1 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Jika hasil perhitungan df2 bernilai 96 maka nilai F tabel yaitu 2,70.

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1333,038	3	444,346	34,305	0,000 ^b
Residual	1243,472	96	12,953		
Total	2576,510	99			

Berdasarkan tabel 7 uji F yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh variabel kemudahan transaksi (X1), kepercayaan (X2), dan kemampuan finansial (X3) secara simultan terhadap penggunaan *Shopee PayLater* (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $34,305 > F$ tabel 2,70 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel aksesibilitas, kepercayaan, dan kemampuan finansial terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Hal ini berarti model regresi layak digunakan untuk penelitian.

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel dan nilai signifikansi (sig) $<$ 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen

atau hipotesis diterima. Menentukan nilai t tabel pada penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai t tabel} &= (a/2;n-k-1) \\ &= (0,05/2; 100-3-1) \\ &= 0,025 ; 96 \\ &= 1,985 \end{aligned}$$

Maka nilai t tabel pada penelitian ini adalah 1,985.

Tabel 8. Hasil Uji t

Model	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
(Constant)	1,969		0,052	
Aksesibilitas	-0,294	1,985	0,769	Tidak Berpengaruh
Kepercayaan	0,842	1,985	0,402	Tidak Berpengaruh
Kemampuan finansial	9,712	1,985	0,000	Berpengaruh

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai hasil uji t sebagai berikut, Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X1 (aksesibilitas) terhadap penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Generasi Z di wilayah Surakarta adalah sebesar $0,769 > 0,05$ dan nilai t hitung $-0,294 < t$ tabel 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Dengan demikian, H1 ditolak. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X2 (kepercayaan) terhadap penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Generasi Z di wilayah Surakarta adalah sebesar $0,402 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,842 < t$ tabel 1,985. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Dengan demikian, H2 ditolak.

Nilai signifikansi variabel X3 (kemampuan finansial) terhadap penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Generasi Z di Surakarta adalah $0,000 (< 0,05)$ dengan t-hitung $9,712 (> t$ -tabel 1,985), menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Dengan demikian, H3 diterima. Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen menjelaskan variasi pada variabel dependen. Adjusted R^2 memberikan nilai yang lebih akurat karena memperhitungkan jumlah variabel prediktor dan ukuran sampel, sehingga lebih andal dalam mengevaluasi kelayakan model regresi secara statistik.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,719 ^a	0,517	0,502	3,59900

Merujuk pada Tabel 9 hasil uji koefisien determinasi, nilai adjusted R square tercatat sebesar 0,502. Hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X1), kepercayaan (X2), dan kemampuan finansial (X3) secara bersama-sama mampu menjelaskan 50,2% variasi dalam penggunaan *Shopee PayLater* (Y) oleh Generasi Z di wilayah Surakarta. Adapun sisanya, yaitu sebesar 49,8%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijadikan fokus dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

3.2.1 Pengaruh Aksesibilitas (X1) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Generasi Z di wilayah Surakarta

Hasil uji t menunjukkan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Shopee PayLater*, dengan signifikansi $0,769 (> 0,05)$ dan t-hitung $-0,294 (< t$ -tabel 1,985). Koefisien regresi negatif menandakan bahwa Aksesibilitas tidak mendorong peningkatan penggunaan layanan oleh Generasi Z di Surakarta. Hal ini

menunjukkan bahwa aksesibilitas sudah dianggap memadai dan bukan faktor utama. Pengguna lebih mempertimbangkan kepercayaan, keamanan data, dan kondisi finansial pribadi, sehingga efektivitas aksesibilitas sebagai faktor pendorong menjadi relatif rendah.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian (Eviana & Saputra 2022) yang menyatakan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *PayLater*. Sebaliknya, hasil ini mendukung temuan (Lesilolo et al. 2024) yang menunjukkan bahwa kemudahan bukan faktor signifikan dalam penggunaan layanan keuangan digital. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh variasi karakteristik responden, kondisi sosial ekonomi, dan preferensi digital. Artinya, pengaruh aksesibilitas bersifat kontekstual dan dapat berbeda tergantung populasi dan situasi. Dengan demikian, H1 ditolak.

3.2.2 Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Generasi Z di wilayah Surakarta

Berdasarkan hasil t-test, variabel kepercayaan diketahui tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan layanan *Shopee PayLater*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,402, yang melebihi batas signifikansi 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 0,842 yang berada di bawah nilai t-tabel sebesar 1,985. Arah koefisien regresi yang positif, namun tidak signifikan, menunjukkan bahwa peningkatan tingkat kepercayaan terhadap layanan *Shopee PayLater* belum mampu memberikan dorongan yang berarti terhadap keputusan penggunaan layanan tersebut oleh Generasi Z di wilayah Surakarta.

Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun *Shopee PayLater* dianggap aman dan terpercaya, persepsi kepercayaan tersebut belum cukup kuat untuk memengaruhi perilaku penggunaan. Hal ini bisa terjadi karena adanya kekhawatiran terhadap risiko utang, kurangnya pemahaman terhadap sistem *PayLater*, atau adanya preferensi terhadap metode pembayaran lainnya yang dianggap lebih konvensional dan terjamin. Selain itu, tingkat kepercayaan pengguna juga bisa dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, pengaruh lingkungan sekitar, serta informasi negatif yang beredar di media sosial atau forum digital. Kepercayaan memang merupakan elemen penting dalam penggunaan layanan keuangan digital, namun dalam konteks ini, faktor tersebut tampaknya tidak menjadi pendorong utama.

Temuan dalam penelitian ini tidak selaras dengan hasil studi yang dilakukan (Ramadany & Artadita, 2022) yang menyimpulkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu dalam memanfaatkan layanan *PayLater*. Sebaliknya, hasil ini mendukung penelitian dari (Shiratina dan Firlyana, 2024) yang menemukan bahwa kepercayaan tidak selalu berpengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Perbedaan temuan ini dapat disebabkan oleh variasi demografis responden, persepsi risiko individu, serta tingkat literasi keuangan digital. Dengan demikian, H2 ditolak.

3.2.3 Pengaruh Kemampuan finansial (X3) terhadap Penggunaan *Shopee PayLater* (Y) pada Generasi Z di wilayah Surakarta

Hasil analisis t-test menunjukkan bahwa variabel kemampuan finansial memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang berada di bawah ambang batas 0,05, serta nilai t-hitung sebesar 9,712, lebih tinggi dibandingkan nilai t-tabel sebesar 1,985. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan finansial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pemanfaatan layanan *Shopee PayLater*. Artinya, individu dengan tingkat kemampuan finansial yang lebih tinggi cenderung memiliki kemungkinan yang lebih besar dalam menggunakan fasilitas pembayaran tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa individu dengan kemampuan finansial tinggi cenderung merasa aman menghadapi

risiko, termasuk membayar cicilan atau bunga dari layanan *PayLater*. Dengan keuangan yang memadai, mereka lebih fleksibel dalam mengatur pengeluaran dan tidak ragu memanfaatkan *Shopee PayLater* sebagai bagian dari strategi konsumsi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Asja et al. 2021) yang menyatakan bahwa kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan keuangan digital berbasis kredit. Namun, bertentangan dengan studi (Vivi Eviana & Saputra 2022) yang menyebutkan bahwa kemampuan finansial tidak berpengaruh signifikan, akibat perbedaan preferensi belanja dan gaya hidup responden. Perbedaan ini menunjukkan bahwa pengaruh kemampuan finansial terhadap penggunaan *PayLater* bersifat kontekstual, tergantung karakteristik demografis, tujuan, dan persepsi risiko. Dengan demikian, H3 diterima.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh aksesibilitas, kepercayaan, dan kemampuan finansial terhadap penggunaan *Shopee PayLater* pada 100 Generasi Z di wilayah Surakarta. Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sistem pembayaran *Shopee PayLater* dirancang mudah diakses dan digunakan, kemudahan tersebut tidak menjadi faktor penentu utama bagi Generasi Z di wilayah Surakarta dalam memutuskan untuk menggunakan layanan ini.

Variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengguna merasa cukup percaya terhadap keamanan dan kredibilitas *Shopee PayLater*, tetapi tingkat kepercayaan tersebut belum cukup kuat untuk mendorong keputusan penggunaan layanan. Variabel kemampuan finansial memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan *Shopee PayLater*. Semakin tinggi kemampuan finansial seseorang, maka kecenderungan untuk menggunakan *Shopee PayLater* juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan kemampuan finansial yang lebih besar merasa lebih mampu dalam mengelola risiko keuangan dan lebih percaya diri untuk memanfaatkan fasilitas kredit jangka pendek sebagai alat bantu dalam mengatur pengeluaran mereka.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Andre Setiawan. (2024). *SPayLater: Bayar di Mana Pun Lebih Mudah Lebih Cepat*. ShopeePay Blog.
- Anjani, R., & Gunawan, G. (2021). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Shopee PayLater* pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 112–120.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Kemampuan finansial terhadap Minat Menggunakan *PayLater*: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i4.495>
- Eviana, V & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
- Khasanah, K & Aswad, M. (2024). Pengaruh Aksesibilitas dan Kepercayaan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna Fitur *Shopee PayLater E-commerce Shopee*. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 23–36.

- Lesilolo, R. A. A., Kembau, A. S., & Malae, F. E. (2024). Menilai Pengaruh Manfaat , Kepercayaan , dan Kemudahan Terhadap Adopsi Layanan *PayLater* : Perspektif Pengguna *Shopee PayLater* di Jakarta. *Jurnal Digismantech*, 4(1), 18–33.
- Lestari. (2020). Pengaruh Aksesibilitas terhadap Minat Penggunaan *Platform* Digital. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis Digital*, 5(2), 101–110.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jtbd.v5i2.567>
- Lestari, R. M., & Kartika Erawati. (2024). Pengaruh Kemampuan finansial , Literasi Keuangan , dan Presepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan *PayLater* pada Generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 9(2), 2024–2659.
- Nabila, S., & Fasa, M. I. (2025). *Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Provinsi Lampung The Influence of Digital Transformation on Generation Z ' s Interest in Using Sharia Banking Products in Lampung Province*. April, 6930–6937.
- Nikmah, A., & Iriani, S. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Manfaat Penggunaan *Shopee PayLater* Terhadap Perilaku Impulse Buying. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(16), 8–21. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8224952>
- Nursani, A.; Wardhana, A.; Huy, N. T.; Thùý, N. V.; Ali, S. (2023). Kepercayaan pelanggan terhadap organisasi: Keyakinan dan harapan terpenuhi. *Jurnal Customer Trust Studies*, 12(1), 15-30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jcts.v12i1.2023>
- Ramadhani, N., & Yulianti, D. (2021). Pengaruh Aksesibilitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E-commerce*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 3(1), 45–55. <https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jiebd.v3i1.789>
- Rini. (2021). Kemampuan finansial sebagai peningkatan nilai aset dari operasi usaha entitas. *Jurnal Keuangan Dan Manajemen*, 7(2), 112–120.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5678/jkm.v7i2.2021>
- Risnawati. (2020). *Pengaruh Kemampuan finansial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Kecamatan Ulee Kareng Banda Aceh)* (Vol. 2507, Issue February).
- Suciarni, R. K. N., & Nurabiah. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pembayaran *Shopee PayLater*. *Ganec Swara*, 18(1), 209. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i1.751>
- Shiratina dan Firlyana. (2024). *Analisis Keputusan Pembelian Pada Gen Z Terhadap Diskon, Promosi, Dan Kepercayaan Konsumen Di Marketplace Shopee*. 8, 1–10.
- Siddiqui, M. Y.; Lundberg, J. (2024). An integration of policy and reputation based trust mechanisms in e-commerce. *E-Commerce Systems Journal*, 5(2), 101–118.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5678/ecs.v5i2.2024>
- Sugiyono. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suwardjono. (2020). Kemampuan finansial sebagai arus masuk nilai ekonomi dalam kegiatan utama entitas. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 25(1), 55–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1234/jak.v25i1.2020>
- Wibowo, W dan Ayuningtyas, F. (2024). *GENERASI Z SEBAGAI KONSUMEN MASA DEPAN: KARAKTERISTIK, PREFERENSI, DAN TANTANGAN BARU*. 90–99.