

ANALISIS PENINGKATAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN DAN PERILAKU PEMBAYARAN PADA KONSUMEN PAYLATER DI E-COMMERCE

SHANIA LATIFA MIRZA



**MAGISTER MANAJEMEN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Analisis Peningkatan Keputusan Penggunaan dan Perilaku Pembayaran pada Konsumen *Paylater* di *E-commerce*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2025

Shania Latifa Mirza
K1501212186



RINGKASAN

SHANIA LATIFA MIRZA. Analisis Peningkatan Keputusan Penggunaan dan Perilaku Pembayaran pada Konsumen *Paylater* di *E-commerce*. Dibimbing oleh LILIK NOOR YULIATI dan BAYU BANDONO

@Hak cipta milik IPB University

Pola konsumsi masyarakat terhadap barang-barang konsumtif meningkat, dan *paylater* menjadi metode pembayaran yang populer karena kemudahan dan promosi yang menarik terutama pada kalangan generasi Z. *Paylater* hadir untuk membantu masyarakat, yakni memudahkan masyarakat yang sulit mendapatkan akses pendanaan sektor formal seperti perbankan untuk mendorong produktivitas seperti membeli keperluan yang dibutuhkan hingga membeli kebutuhan usaha. Meskipun demikian, *paylater* juga memiliki risiko tinggi terhadap kredit macet (NPL) yang perlu diatasi. Menurut penelitian terdahulu terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan dan perilaku pembayaran yaitu fitur *paylater*, karakteristik debitur, literasi keuangan, dan motivasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi karakteristik pengguna *paylater*, mengidentifikasi tingkat literasi keuangan pengguna *paylater*, menganalisis pengaruh fitur *paylater*, karakteristik debitur, literasi keuangan, motivasi terhadap keputusan pengguna *paylater* dan perilaku pembayaran, serta merumuskan implikasi manajerial agar konsumen lebih bijak dalam menggunakan *paylater*.

Penelitian dilakukan melalui survei online terhadap 341 responden khususnya generasi Z yang telah menggunakan *paylater* setidaknya sekali dalam enam bulan terakhir. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik non-probability sampling dengan menggunakan metode voluntary sampling. Terdapat 6 variabel pada penelitian ini yaitu fitur *paylater*, literasi keuangan, motivasi, dan karakteristik debitur sebagai variabel bebas, serta keputusan penggunaan *paylater*, dan perilaku pembayaran sebagai variabel terikat. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, perhitungan indeks literasi keuangan dan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dan implikasi manajerial akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif berdasarkan analisis karakteristik pengguna dan hasil pengolahan data PLS-SEM yang telah dilakukan.

Karakteristik responden penelitian ini mayoritas adalah perempuan, hal ini menunjukkan perempuan lebih sering belanja online dibandingkan laki-laki. Mayoritas berusia 26-29 tahun, berdomisili di Pulau Jawa dengan rata-rata penghasilan Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000. Individu berpenghasilan rendah hingga menengah lebih cenderung menggunakan *paylater*. Mayoritas responden memiliki pengetahuan, sikap, dan perilaku terhadap produk keuangan dan pengelolaan uang dalam pengambilan keputusan keuangan cukup baik, namun terdapat beberapa aspek yang belum mereka pahami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dan perilaku pembayaran. Sedangkan, motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Perilaku pembayaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Beberapa bentuk implikasi manajerial bagi perusahaan dan regulator adalah peningkatan fitur *paylater* dan peningkatan literasi keuangan masyarakat. Fitur *paylater* yang lebih baik dapat meningkatkan keputusan penggunaan. pelaku usaha



perlu mempertahankan kemudahan ini melalui edukasi, seperti video tutorial tentang pendaftaran, penggunaan, dan pembayaran. Penting juga untuk terus memberikan informasi yang jelas tentang syarat dan ketentuan, serta mengoptimalkan fitur seperti notifikasi transaksi, layanan pelanggan yang responsif, dan FAQ yang komprehensif. Kemudian peningkatan literasi keuangan masyarakat Indonesia. Peningkatan literasi keuangan dapat dilakukan melalui penerapan literasi keuangan pada kurikulum sekolah dan kuliah, pelatihan di tempat kerja, dan edukasi dari aplikasi pembayaran *paylater*. Dengan meningkatkan literasi keuangan diharapkan dapat mengurangi risiko tingginya NPL pada *paylater* dan meningkatkan pengambilan keputusan yang bijaksana dalam penggunaan layanan *paylater*.

Kata kunci: Keputusan Penggunaan, Kredit Macet, Literasi Keuangan, Paylater, Perilaku Pembayaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



SUMMARY

SHANIA LATIFA MIRZA. Strategies for Improving Usage Decisions and Payment Behavior in Paylater Consumers. Supervised by LILIK NOOR YULIATI and BAYU BANDONO

@Hak cipta milik IPB University

Consumer spending patterns on non-essential goods have been increasing, and paylater has emerged as a popular payment method due to its convenience and attractive promotions, particularly among Generation Z. Paylater is designed to assist individuals, especially those with limited access to formal sector financing such as banks, by facilitating productivity through purchases of necessary items and business needs. However, paylater also carries a significant risk of non-performing loans (NPLs), which must be addressed. Previous research has identified several factors influencing the decision to use paylater and payment behavior, including paylater features, debtor characteristics, financial literacy, and motivation.

The objective of this study is to identify the characteristics of paylater users, assess the level of financial literacy among paylater users, analyze the influence of paylater features, debtor characteristics, financial literacy, and motivation on users' decisions and payment behavior, and formulate managerial implications to encourage consumers to use paylater more wisely.

The research was conducted through an online survey of 341 respondents, specifically Generation Z individuals who had used paylater at least once in the past six months. A non-probability sampling technique using voluntary sampling was employed. The study involved six variables: paylater features, financial literacy, motivation, and debtor characteristics as independent variables, and the decision to use paylater and payment behavior as dependent variables. The analysis methods used were descriptive analysis, calculation of the financial literacy index, and Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Managerial implications will be analyzed using descriptive analysis based on the analysis of user characteristics and the results of the PLS-SEM data processing.

The majority of respondents in this study were female, indicating that women are more likely to shop online compared to men. Most were aged 26-29, residing in Java with an average income of Rp 3,000,000 to Rp 5,000,000. Individuals with low to middle income are more inclined to use paylater. Most respondents demonstrate good knowledge, attitudes, and behaviors regarding financial products and money management in their financial decision-making, although there are some aspects they do not fully understand. The research findings show that paylater features have a positive and significant impact on the decision to use paylater. Financial literacy has a positive and significant impact on both the decision to use paylater and payment behavior. On the other hand, hedonic motivation has a positive and significant impact on the decision to use paylater. Payment behavior also has a significant impact on the decision to use paylater.

Several managerial implications for companies and regulators include improving paylater features and enhancing public financial literacy. Better paylater features can increase usage. Businesses should maintain this convenience through education, such as video tutorials on registration, usage, and payments. It is also important to continue providing clear information about terms and conditions, and to optimize features such as transaction notifications, responsive customer service,



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

and comprehensive FAQs. Furthermore, there is a need to improve financial literacy among the Indonesian public. This can be achieved through the implementation of financial literacy in school and university curricula, workplace training, and education provided by paylater payment applications. By improving financial literacy, it is hoped that the risk of high NPLs in paylater can be reduced and more prudent decision-making in the use of paylater services can be promoted.

Keywords: Financial Literacy, Non-Performing Loans, Paylater, Payment Behavior, Usage Decisions

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.





@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta Milik IPB, Tahun 2025 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ANALISIS PENINGKATAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN DAN PERILAKU PEMBAYARAN PADA KONSUMEN *PAYLATER DI E-COMMERCE*

SHANIA LATIFA MIRZA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen Bisnis

**MAGISTER MANAJEMEN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M.
- 2 Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Judul Tesis : Analisis Peningkatan Keputusan Penggunaan dan Perilaku
Pembayaran pada Konsumen *Paylater* di *E-commerce*
Nama : Shania Latifa Mirza
NIM : K1501212186

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, MFSA

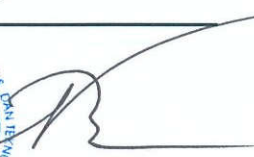
Pembimbing 2:
Dr. Bayu Bandono, SE, MM




Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc
NIP. 196009161986011001

Dekan Sekolah Bisnis :
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, MS
NIP. 196812291992031016


Tanggal Ujian: 09 Oktober 2024

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Oktober 2023 sampai bulan Mei 2024, dengan judul “Analisis Peningkatan Keputusan Penggunaan dan Perilaku Pembayaran pada Konsumen *Paylater* di *E-commerce*”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing Ibu Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A dan Bapak Dr. Bayu Bandono, S.E, M.M yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. sebagai penguji luar komisi pembimbing dan Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M. sebagai moderator seminar, Dr. Zenal Asikin, S.E, M.Si sebagai moderator kolokium yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaan tesis ini. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2025

Shania Latifa Mirza

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kredit	7
2.2 <i>Paylater</i>	7
2.3 Literasi Keuangan	8
2.4 Motivasi	9
2.5 Karakteristik Debitur	10
2.6 Keputusan Penggunaan	10
2.7 Perilaku Pembayaran	11
2.8 Pengaruh Fitur <i>Paylater</i> terhadap Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> dan Perilaku Pembayaran	11
2.9 Pengaruh Karakteristik Debitur terhadap Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> dan Perilaku Pembayaran	11
2.10 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> dan Perilaku Pembayaran	12
2.11 Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Penggunaan <i>Paylater</i> dan Perilaku Pembayaran	12
2.12 Pengaruh Perilaku Pembayaran terhadap Keputusan Penggunaan	13
2.13 Kerangka Pemikiran Konseptual	13
III METODE	15
3.1 Waktu, Lokasi Penelitian, dan Pendekatan Penelitian	15
3.2 Teknik Pengambilan Sampel	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data	15
3.4 Variabel dan Indikator	16
3.5 Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Karakteristik Responden	23
4.2 Perilaku Pengguna <i>Paylater</i>	25
4.3 Hubungan Karakteristik Responden dengan Perilaku Pembayaran Konsumen <i>Paylater</i>	29
4.4 Deskripsi Indikator Variabel	29
4.5 Literasi Keuangan	34
4.6 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan dan Perilaku Pembayaran Pengguna <i>Paylater</i>	35
4.7 Implikasi Manajerial	47



DAFTAR ISI (LANJUTAN)

4.8 Keterbatasan Penelitian	50
V SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	60
RIWAYAT HIDUP	72

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1 Variabel dan definisi operasional penelitian	16
2 Variabel, dimensi, simbol, dan indikator penelitian	16
3 Acuan nilai evaluasi model pengukuran PLS-SEM	20
4 Acuan nilai evaluasi model PLS-SEM	21
5 Karakteristik demografi responden	23
6 Perilaku pengguna <i>paylater</i>	25
7 Alasan menggunakan <i>Paylater</i>	26
8 Tujuan menggunakan <i>paylater</i>	27
9 Dampak menggunakan <i>paylater</i>	27
10 Penyedia layanan <i>paylater</i>	28
11 Kepemilikan akun kredit	28
12 Ketidak puasan pengguna <i>paylater</i>	28
13 Hasil perhitungan tabulasi silang terhadap perilaku pembayaran	29
14 Deskriptif indikator variabel fitur <i>paylater</i>	30
15 Deskriptif indikator variabel karakteristik debitur	31
16 Deskriptif indikator variabel motivasi hedonis	32
17 Deskriptif indikator variabel keputusan penggunaan	33
18 Deskriptif indikator variabel perilaku pembayaran	34
19 Tingkat literasi keuangan	34
20 Nilai <i>outer weight</i> dan <i>loading factor</i> indikator formatif	35
21 Hasil uji validitas konvergen model pengukuran	37
22 Nilai <i>cross loading</i> model pengukuran	37
23 Nilai kriteria <i>fornell-larcker</i> dan akar AVE model pengukuran	38
24 Nilai VIF model pengukuran	39
25 Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i> model pengukuran	39
26 Nilai <i>r-square</i>	40
27 Nilai <i>Q2predict</i>	40
28 Hasil pengaruh langsung antar variabel	41
29 Hasil pengaruh tidak langsung antar variabel	46

DAFTAR GAMBAR

1 Metode pembayaran digital yang paling banyak digunakan saat belanja online	1
2 Generasi yang paling banyak memanfaatkan BNPL	2
3 Kerangka pemikiran konseptual	14
4 Model SEM	22
5 Nilai <i>outer loading</i> dari hasil <i>outer model</i> yang disesuaikan	36

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner Penelitian	61
------------------------	----