

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti untuk membandingkan dan acuan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dikembangkan oleh peneliti. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukana yaitu sebagai berikut.

Penelitian pertama dilakukan oleh Kurniasari, Johny dan Nikolaus [9] yang berjudul **“Identifying Determinant Factors Influencing Users’s Behavioral Intention To Use Tarveloka Paylater “**. Penelitian tersebut membahas tentang Faktor-faktor Penentu yang mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan Traveloka Paylater. Penelitian ini melibatkan 360 partisipan yang merupakan pengguna Traveloka berusia di atas 17 tahun dan memiliki pengetahuan tentang model pembayaran Paylater, meskipun belum pernah menggunakannya sebelumnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dalam penggunaan komputer memengaruhi pandangan tentang seberapa mudah penggunaan, tingkat keamanan memengaruhi tingkat kepercayaan, dan pengaruh sosial memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan Traveloka Paylater. Di sisi lain, faktor seperti tingkat kepercayaan dalam penggunaan komputer, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi biaya keuangan, tingkat keamanan, dan kepercayaan tidak memiliki dampak positif pada niat pengguna untuk menggunakan Traveloka Paylater.

Penelitian kedua dilakukan oleh Abby, Yoel, Thony dan Tanty [10] yang berjudul **“ Analysis of Intention to Use on Pay Later Payment System During COVID-19 Pandemic”**. Penelitian tersebut membahas tentang niat menggunakan Paylater selama musicm Covid-19. Hasil penelitian ini berasal dari partisipasi 439 responden yang aktif menggunakan Pay later sebagai cara

pembayaran seluler di Indonesia selama periode November hingga Desember 2020. Data dikumpulkan menggunakan SmartPLS sebagai alat untuk menganalisis Model Persamaan Struktural (SEM), dengan metode pemilihan sampel yang dilakukan secara sengaja. Dalam kerangka model yang diusulkan, terdapat delapan hipotesis. Meskipun dalam penelitian ini ditemukan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak memberikan dampak signifikan pada Niat Penggunaan, namun hipotesis lainnya terbukti signifikan.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Robert, Ahn dan Denise [14] yang berjudul “ **The relationship between responsible financial behaviours and financial wellbeing: The case of buy now-pay-later**”. Penelitian tersebut membahas tentang hubungan antara perilaku keuangan yang bertanggung jawab dan kesejahteraan dalam menggunakan paylater. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antara penerapan perilaku keuangan yang bertanggung jawab, sebagaimana direkomendasikan, dengan kesejahteraan keuangan. Di samping itu, perilaku keuangan dari pengguna yang berusia di bawah 25 tahun dapat meningkatkan risiko penurunan kesejahteraan keuangan.

Penelitian keempat dilakukan oleh Yeyen, Salahudin, Dicky dan Titiek [15] yang berjudul “ **Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia**” yang membahas tentang penggunaan Sistem Pembayaran Paylater pada Online Shop di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi, pembayaran digital menjadi semakin menarik bagi konsumen. Metode pembayaran ini memberikan cara yang praktis bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Saat ini, Pay later menjadi salah satu opsi pembayaran digital yang sangat menarik di Indonesia. Sistem ini mirip dengan kartu kredit, memungkinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa dengan kemungkinan membayar nanti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki sistem pembayaran Pay later dan implikasi dari penggunaannya di pasar Indonesia. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan menganalisis konten berita online untuk memahami aspek-aspek terkait Pay

later. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nvivo plus 12 yang memanfaatkan fungsi kemiripan kata, analisis gugus, dan pengkodean matriks. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa Pay later berkaitan dengan kredit karena memungkinkan konsumen membayar secara dicicil. Selain itu, Pay later memungkinkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif. Walaupun demikian, penelitian ini dibatasi pada analisis data berita online. Ini mengusulkan bahwa studi di masa depan dapat mengintegrasikan berita online dengan wawancara, observasi, atau dokumen lainnya untuk memperoleh hasil yang lebih holistik.

Penelitian Kelima dilakukan oleh Andirineksa dan Assa [16] yang berjudul “ **Is There Any Customer Switching the Intention from Traveloka PayLater to Traveloka PayLater Card? A Preliminary Investigation on Worker in Jakarta**”. Penelitian tersebut membahas tentang perpindahan Paylater Traveloka ke Kartu Paylater Traveloka pada Pekerja di Jakarta. Penelitian ini memanfaatkan kerangka Push-Pull-Mooring (PPM) untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pelanggan Traveloka dalam beralih dari PayLater ke Kartu PayLater. Data dari 1.117 pekerja yang menggunakan Kartu PayLater di Daerah Khusus Ibukota Jakarta dianalisis melalui Pendekatan Persamaan Struktural. Hasil studi menunjukkan bahwa variabel tingkat kedua, seperti dorongan, tarikan, dan efek jangkar, tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan untuk beralih dari PayLater ke Kartu PayLater. Namun, semua variabel tingkat pertama menjelaskan variabel tingkat kedua. Desain estetika mempengaruhi dorongan untuk beralih. Manfaat ekonomi, kenyamanan dalam transaksi, elemen permainan (gamifikasi), dan kemudahan dalam mencari lokasi memengaruhi tarikan. Sementara itu, inersia dan persepsi penggantian memengaruhi efek jangkar.

Penelitian keenam dilakukan oleh Johana dan Siti [17] yang berjudul “ **The Influence of Service Quality and Perceived Ease of Shopping at on the Intention to Use Paylater**”. Penelitian tersebut membahas tentang kualitas

layanan Shope Paylater ketika melakukan belanja di E-Commerce . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai dampak dari kualitas pelayanan dan persepsi kemudahan berbelanja terhadap keinginan untuk menggunakan Paylater. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang terarah. Jumlah partisipan dalam penelitian ini adalah 99 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang memenuhi kriteria usia di atas 17 tahun, sudah familiar dengan, menggunakan, dan melakukan transaksi melalui aplikasi , dan telah menggunakan serta melakukan transaksi dengan metode pembayaran PayLater dalam aplikasi .

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Rotana dan Salma [18] yang berjudul “ **Consumer Acceptance of Fintech App Payment Services: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda**”. Penelitian tersebut membahas tentang penerimaan konsumen terhadap pembayaran melalui aplikasi fintech. Penelitian ini melakukan analisis terhadap literatur ilmiah yang bersifat sistematis (Systematic Literature Review, SLR) terhadap artikel-artikel yang membahas penerimaan layanan pembayaran fintech. Penelitian ini mengidentifikasi 84 artikel yang telah melewati proses peer review dan diterbitkan dalam jurnal ilmiah internasional dari tahun 2015 hingga April 2023. Penelitian ini menggunakan protokol Scientific Procedures and Rationales for Systematic Literature Reviews (SPAR-4-SLR) untuk menghimpun artikel-artikel yang relevan dan memanfaatkan kerangka kerja theory, context, constructs, and methodology (TCCM) untuk menganalisisnya.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Cindy, Kalneta, Arif dan Dendy [19] yang berjudul “ **The effect of paylater on purchase decision and continuance intention in generation Z at GoFood application**”. Penelitian tersebut membahas tentang efek dari penggunaan paylater dalam pengambilan keputusan gen z untuk melanjutkan menggunakan aplikasi Gofood. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh dari perceived ease of use, perceived security, and perceived usefulness paylater terhadap

keputusan pembelian di platform GoFood. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menentukan pengaruh dari keputusan pembelian paylater terhadap niat untuk terus menggunakan layanan tersebut di GoFood.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Lubi dan Sanaji [20] yang berjudul “**Testing The Theory of Planned Behavior and Perceived Risk to Predict Intention to Used of Pay Later Services**”. Penelitian tersebut membahas tentang menguji teori perilaku dan resiko untuk menggunakan layanan pay later. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap preferensi intention to used fintech dan pengguna e-commerce terhadap layanan pay later. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana variabel-variabel seperti behavior, subjective Norm, Perceived behavioral control, and perceived risk yang dirasakan mempengaruhi niat penggunaan layanan bayar nanti. Penelitian ini juga mencoba memahami sejauh mana risiko yang dirasakan memengaruhi niat penggunaan layanan tersebut.

Penelitian kesepuluh dilakukan oleh Danarto, Putu dan Riri [21] yang berjudul “**Analysis of factors affecting continuance use intention of the electronic money application in Indonesia**”. Penelitian tersebut membahas tentang Faktor efektif yang mempengaruhi niat pengguna untuk lanjut menggunakan E-Money di indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan pembayaran seluler, terutama uang elektronik di Indonesia. Menggunakan kerangka kerja Model Harapan-Konfirmasi, penelitian ini meneliti faktor-faktor seperti Perceived Usefulness, Perceived Security & Privacy, Trust, and Satisfaction factors that affect the continuance intention. Selain itu, juga diselidiki faktor-faktor pendahulu dari keamanan dan kepercayaan. Hasilnya dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi uang elektronik di negara-negara berkembang.

Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu

No	Fokus	Teori	Hasil	Referensi
----	-------	-------	-------	-----------

1	Factors Influencing Users's Behavioral Intention To Use Tarveloka Paylater	TAM Computer Self Efficacy, Perceived Ease of Use, Perceived Financial Cost, Security, Trust, Social Influence	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dalam penggunaan komputer memengaruhi pandangan tentang seberapa mudah penggunaan, tingkat keamanan memengaruhi tingkat kepercayaan, dan pengaruh sosial memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan Traveloka Paylater. Di sisi lain, faktor seperti tingkat kepercayaan dalam penggunaan komputer, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi biaya keuangan, tingkat keamanan, dan kepercayaan tidak memiliki dampak positif pada niat pengguna untuk menggunakan Traveloka Paylater.	[9]
2	Intention to Use on Pay Later Payment System During COVID-19 Pandemic	TAM Self Efficacy, Informal Learning, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust	Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat 8 (delapan) hipotesis terkait yang memiliki dampak signifikan dalam hubungannya, yang dapat memberikan dukungan bagi kelangsungan penelitian ini. Satu dari hipotesis ini adalah mengenai Perceived Ease of Use, yang meskipun	[10]

			memiliki dampak yang kurang signifikan, namun bersifat positif terhadap Niat Penggunaan. Beberapa konsumen merasa bahwa menggunakan fitur Pay Later sangat mudah.	
3	responsible financial behaviours and financial wellbeing: The case of buy now-pay-later	Term and Condition, Impulse Buying, Compulsive Buying, Planning and Budget , Financial Wellbeing	Hasil penelitian menunjukkan kekhawatiran terhadap dampak BNPL terhadap kesejahteraan finansial, terutama bagi pembeli muda. Ada hubungan antara perilaku keuangan yang bertanggung jawab terkait BNPL dengan kesejahteraan finansial. Kelompok <25 tahun cenderung kurang mempertimbangkan Syarat dan Ketentuan BNPL, namun lebih cenderung melakukan pembelian impulsif. Mereka juga memiliki skor kesejahteraan finansial yang lebih rendah. Pandemi COVID-19 dan karakter baru dari BNPL dapat memengaruhi hasil. Studi masa depan sebaiknya melibatkan survei longitudinal untuk memahami dampak jangka panjang dari penggunaan BNPL, terutama pada	[14]

			kelompok usia muda. Intervensi dan regulasi perlu mempertimbangkan edukasi dan konseling untuk pengguna BNPL.	
4	Analysis of Pay Later Payment System on Online Shopping in Indonesia	Product, User , Paylater, Installment, Transaction	<p>Hasil Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Sistem pembayaran digital, terutama pay later, baru di Indonesia. Traveloka pionir dalam menerapkannya. Kredit dan angsuran kunci dari pay later. Konsumen tertarik karena bisa bayar nanti dalam angsuran. Produk dan pay later berkorelasi tinggi karena mendorong minat beli meskipun ditunda pembayarannya. Seperti kartu kredit, pay later bisa memicu belanja impulsif. Pengguna untung karena kurangi beban bayar. Ini buka peluang besar untuk e-commerce. Perusahaan yang belum mengadopsi fitur ini sebaiknya mempertimbangkan. Perusahaan yang sudah perlu memperbaiki, terutama keamanan transaksi. Batasi total pembelian lewat pay later. Pantau rekam jejak konsumen sebagai referensi. penelitian ini</p>	[15]

			juga menyarankan perusahaan perhatikan produk yang diminati konsumen. Namun, analisis terbatas pada berita online. Studi mendatang bisa memadukan dengan wawancara atau observasi. Variabel kepercayaan dan keamanan perlu dimasukkan.	
5	Switching the Intention from Traveloka PayLater to Traveloka PayLater Card? Investigation on Worker in Jakarta	Push Pull Mooring Perceived Subtitutability, Inertia, Local Ability, Convinience Transaction, Economi Benefit, Gamification, Switching Intention	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat kedua, seperti dorongan, tarikan, dan efek jangkar, tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan untuk beralih dari PayLater ke Kartu PayLater. Namun, semua variabel tingkat pertama menjelaskan variabel tingkat kedua. Desain estetika mempengaruhi dorongan untuk beralih. Economi Benefit , Convinience Transaction, Gamification (gamifikasi), dan kemudahan dalam Local Ability memengaruhi tarikan. Sementara itu, Inertia dan persepsi Perceived Subtitutability efek jangkar.	[16]
6	The Influence of Service Quality and	Quality service, Perceived convenience	Hasil dari penelitian ini menggambarkan hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan perceived ease berbelanja dengan niat penggunaan Paylater. Pertama, ditemukan bahwa konsumen yang mendapat	[17]

	Perceived Ease of Shopping at on the Intention to Use Paylater		<p>pengalaman layanan yang memuaskan dari Paylater cenderung lebih bersedia untuk mengadopsi metode pembayaran ini di masa mendatang. Artinya, kualitas pelayanan memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen untuk memilih Paylater. Selain itu, temuan kedua menunjukkan bahwa perceived ease berbelanja juga berpengaruh besar terhadap niat penggunaan Paylater. Ketika konsumen merasa bahwa menggunakan Paylater adalah hal yang sederhana dan nyaman, mereka lebih cenderung memilih metode pembayaran ini. Hasil ini memberikan wawasan berharga bagi , menekankan pentingnya memperbaiki service quality dan memastikan bahwa pengguna merasa bahwa Paylater adalah pilihan pembayaran yang mudah digunakan. Langkah-langkah ini berpotensi meningkatkan penerimaan dan penggunaan Paylater di kalangan konsumen.</p>	
7	Consumer Acceptance of Fintech App Payment Services	TAM, UTAUT 2, TPB, TRA Perceived Usefulness (PU), Trust, Perceived	<p>Penelitian ini menyoroti temuan penting seputar penerimaan layanan pembayaran fintech. Hasilnya mengindikasikan bahwa Techonology Acceptance Model (TAM) mendominasi teori yang digunakan. Cakupan geografis mencakup 24 negara dengan penekanan pada Indonesia,</p>	[18]

		<p>Ease of use, Attitude, Perceived Risk, Social Influence, Perceived Benefits, Perceived Security, Performance Expectancy, Effort Expectancy, User Innovativeness, Facilitating Conditions, Subjective Norm, Perceived Convenience, Satisfaction, Perceived Value, Compatibility</p>	<p>Malaysia, dan China. Tema studi meliputi fintech payment application, BNPL, mobile payment, fintech services, e-wallet, dan Fintech Islami. Selain itu, perceived usefulness, trust, perceived ease of use , dan attitude terbukti menjadi konstruksi utama yang mempengaruhi niat pengguna. Metode penelitian umumnya bersifat kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat utama. Implikasi praktis terkait kebijakan dan strategi perusahaan juga ditemukan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, termasuk fokus pada perilaku konsumen (B2C), pengecualian perilaku B2B, dan kurangnya target demografi khusus, serta ketergantungan pada data sekunder. Hal ini membuka peluang bagi penelitian lebih lanjut.</p>	
8	Purchase decision and	TAM	<p>Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh faktor-faktor tertentu terhadap perilaku pengguna dalam menggunakan</p>	[19]

	<p>continuance intention in generation Z at GoFood application</p>	<p>perceived ease of use, perceived security, perceived usefulness, purchase decision</p>	<p>metode pembayaran paylater di GoFood. Faktor-faktor yang diteliti meliputi perceived ease of use, perceived security dan perceived usefulness dari paylater terhadap purchase decision. Selain itu, penelitian ini juga mencari tahu apakah keputusan pembelian melalui metode paylater berdampak pada niat pengguna untuk terus menggunakan layanan GoFood. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pengguna terkait pembayaran menggunakan paylater di platform GoFood.</p>	
9	<p>Theory of Planned Behavior and Perceived Risk to Predict Intention to Used of Pay Later Services</p>	<p>Theory Planned Of Behavior Attitude, Subjective Norm. Perceived Behavioral Control, Intention to Use, Perceived Risk</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap preferensi niat pengguna terhadap layanan pay later di kalangan pengguna Financial Techonolgy dan e-commerce. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh faktor-faktor seperti Attitude, Subjective Norm. Perceived Behavioral Control dan Perceived Risk terhadap niat pengguna untuk menggunakan layanan pay later. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan layanan pay later.</p>	[20]

10	Factors affecting continuance use intention of the electronic money application in Indonesia	Expectation-Confirmation Theory	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan pembayaran seluler, khususnya uang elektronik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan Expectation-Confirmation Theory. dan menguji faktor-faktor seperti Perceived Usefulness, Security dan perceived privacy, Trust, serta Faktor Kepuasan yang mempengaruhi niat lanjut pengguna. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki faktor-faktor pendahulu dari Security dan Trust. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi uang elektronik di negara-negara berkembang, khususnya di Indonesia.</p>	[21]
----	--	---------------------------------	---	------

Penelitian ini akan lebih berfokus terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa di kota Palangka Raya menggunakan Paylater. Pada penelitian yang

telah di jelaskan sebelumnya, lebih banyak membahas terkait penggunaan Sistem Pembayaran Paylater. Kemudian selain itu terdapat penelitian yang membahas tentang perpindahan antar Paylater.

Penelitian ini memiliki perbedaan yaitu menggunakan Model UTAUT 2 dengan menambahkan faktor baru yaitu Perceived Herd Behavior, Impulsiveness, Trust, Perceived Risk dan Deal Proneness. Penelitian ini bertujuan untuk menyadarkan mahasiswa agar menyadarkan mahasiswa untuk tidak menggunakan paylater dikarenakan dapat menimbulkan kecanduan dan memiliki cicilan yang menyebabkan mereka memiliki hutang.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. E-Commerce

E-Commerce, yang merupakan singkatan dari elektronik commerce, merujuk kepada aktivitas jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui media elektronik atau platform digital, terutama melalui internet. Hal ini mencakup berbagai jenis transaksi, seperti pembelian produk secara online, pembayaran tagihan, pemesanan layanan, dan kegiatan perdagangan elektronik lainnya. E-Commerce memungkinkan interaksi dan transaksi antara konsumen dan bisnis tanpa memerlukan pertemuan fisik atau kehadiran langsung di lokasi fisik. Toko online, aplikasi seluler, dan platform digital lainnya memiliki peran kunci dalam memfasilitasi proses transaksi ini. E-commerce merujuk pada proses jual beli produk melalui platform internet, yang dapat dilakukan oleh individu atau organisasi. Perkembangan e-commerce di Indonesia dimulai pada tahun 2011 dan terus

mengalami perkembangan[22]. Perdagangan elektronik (e-commerce) bukanlah hal baru tindakan komersial pertamanya terjadi pada tahun 1970-an, sedangkan perdagangan elektronik melalui perangkat seluler (m-commerce) baru mulai dikembangkan sejak tahun 1990-an[23]. Saat ini, beragam produk mulai dari barang industri berbasis teknologi tinggi hingga keperluan sehari-hari seperti makanan dan barang dagangan umum dijual melalui platform e-commerce secara global[24]. E-commerce bukan hanya sarana untuk memfasilitasi transaksi bisnis, tetapi juga merupakan jalur bagi perusahaan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan konsumen mereka[25]. Selama beberapa tahun terakhir, ekspektasi konsumen online terus meningkat. Hal ini telah menyebabkan peningkatan kompleksitas sistem online yang harus dijalankan oleh bisnis[26]. Platform E-Commerce juga mulai berkembang dengan adanya Live Streaming pada E-Commerce. E-commerce Live Streaming merupakan proses penjualan produk atau layanan melalui siaran langsung, yang mencerminkan perubahan pola belanja konsumen dari yang konvensional dan merupakan bentuk transformasi dari adegan konsumsi yang sedang bergerak menuju mesin pengembangan ekonomi baru[27].

2.2.2. Paylater

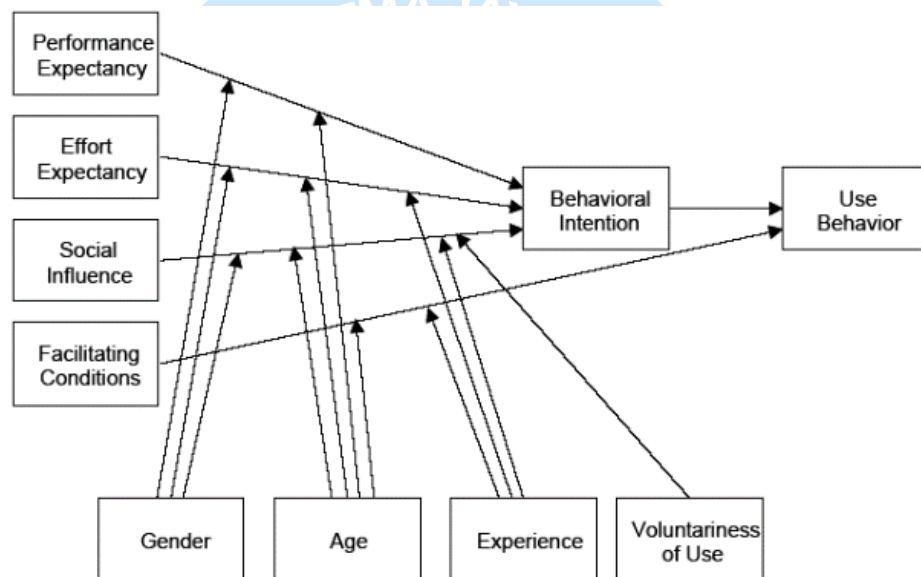
Paylater adalah sistem pembayaran di mana pengguna dapat membeli barang atau jasa dan melakukan pembayaran pada waktu yang ditentukan setelah transaksi dilakukan. Pengguna dapat memilih untuk membayar pada tanggal jatuh tempo atau dalam beberapa angsuran.

Layanan ini umumnya disediakan oleh perusahaan fintech atau institusi keuangan dan merupakan metode pembayaran yang semakin diminati dalam perdagangan elektronik dan aplikasi belanja online. Paylater juga disebut sebagai produk kredit dari industri FinTech yang belum diatur yang memungkinkan konsumen untuk menanggukhan pembayaran tanpa bunga dalam satu atau lebih angsuran (seringkali empat atau kurang)[28]. Cara untuk mengaktifkan PayLater membutuhkan persyaratan yang cukup sederhana. Hanya perlu memiliki akun dari aplikasi penyedia layanan dan mengunggah dokumen pendukung seperti kartu identitas. Dengan demikian, siapa pun dapat mendaftar untuk menggunakan layanan ini[29].

2.2.3. UTAUT

Teori UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) adalah konsep yang dikembangkan oleh [30] pada tahun 2003 untuk meneliti elemen-elemen yang memengaruhi penerimaan dan pemanfaatan teknologi. Model ini mengenali empat faktor kunci yang mempengaruhi kesediaan dan tindakan pengguna terkait teknologi. Model ini menjelaskan elemen-elemen yang memengaruhi bagaimana individu menerima suatu teknologi informasi (TI). Venkatesh memanfaatkan beberapa teori yang telah ada sebagai landasan untuk mengembangkan UTAUT. Teori-teori ini mencakup Theory of Reasoned Action (TRA), Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), Innovation Diffusion Theory (IDT), Social Cognitive Theory (SCT), dan Motivational Model (MM). Dengan menggabungkan unsur-

unsur dari teori-teori ini, Venkatesh dan timnya menciptakan UTAUT sebagai suatu rangkaian konsep yang lebih menyeluruh untuk menggali pemahaman mengenai adopsi dan penggunaan teknologi. Venkatesh menggunakan prinsip-prinsip teoritis yang sudah ada untuk menciptakan suatu kerangka kerja baru yang terpadu. Kerangka kerja gabungan ini dikenal sebagai Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).



Gambar 2. 1 Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

2.2.4. UTAUT 2

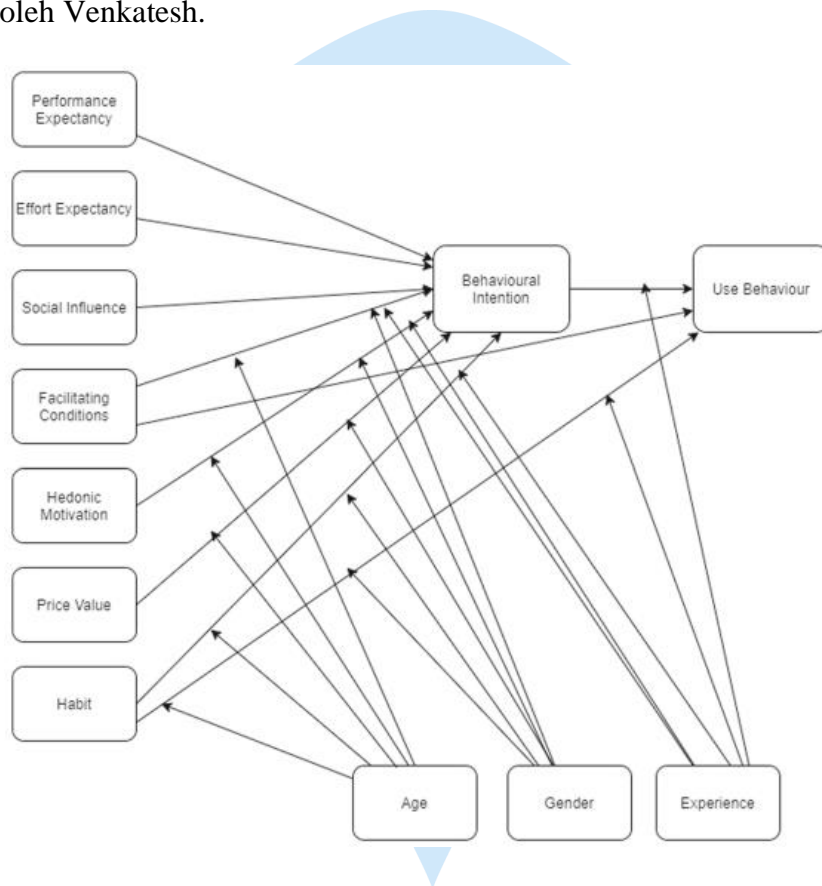
UTAUT 2 Merupakan model yang dikembangkan seiring dengan banyaknya peneliti yang menggunakan model UTAUT. Pengembangan yang dilakukan oleh [31] dilakukan untuk mengadopsi teknologi di zaman yang lebih modern dengan menambahkan elemen-elemen baru. Venkatesh ingin mengemukakan aspek yang lebih komprehensif dari konsumen pada

saat perbedaan ini terjadi. Sehingga dilakukan perubahan struktur pada model tersebut. UTAUT 2 bertujuan untuk memberikan wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi. UTAUT 2 mempertimbangkan beberapa variabel inti:

1. Persepsi Manfaat (Performance Expectancy) : Tingkat Kepercayaan pengguna terhadap peningkatan kinerja atau efisiensi yang dapat dicapai melalui penggunaan teknologi.
2. Kesesuaian (Effort Expectancy) : Sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan teknologi tersebut mudah dan tidak membutuhkan usaha ekstra yang signifikan.
3. Social Influence (Pengaruh Sosial) : Pengaruh dari orang lain, seperti teman, keluarga atau kolega terhadap kepuasan penggunaan teknologi.
4. Fasilitas Kondisi (Facilitating Conditions) : Keyakinan bahwa sumber daya dan dukungan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi sudah tersedia.

Di samping variabel utama ini, UTAUT 2 juga memasukkan variabel moderator yang dapat mempengaruhi korelasi antara faktor-faktor utama dan niat serta perilaku pengguna. Ini meliputi tipe pengalaman pengguna, tingkat kepercayaan diri, dan elemen sosial seperti kepercayaan dan norma subjektif.

UTAUT 2 menghadirkan gambaran yang lebih lengkap mengenai penerimaan dan pemanfaatan teknologi dengan mempertimbangkan faktor-faktor psikologis, sosial, dan kontekstual. Ini memungkinkan praktisi dan peneliti untuk lebih memahami serta merencanakan implementasi teknologi secara efektif. Berikut adalah model dari UTAUT 2 yang dikembangkan oleh Venkatesh.



Gambar 2. 2 Model UTAUT 2

2.2.5. Social Impact Theory

Social Impact Theory, yang dikembangkan oleh psikolog sosial Bibb Latane pada tahun 1981[32] , merupakan suatu kerangka konseptual yang bertujuan untuk menguraikan pengaruh tekanan sosial dari kelompok atau individu lain terhadap perilaku individu dalam konteks situasi sosial.