

Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Buy-Now-Pay-Later pada E-commerce dari perspektif Technology Acceptance Model dan Affordance Theory = Analysis of Purchase Intention Using Buy-Now-Pay-Later in E-commerce from Technology Acceptance Model and Affordance Theory Perspective

Raditya Hanif Yudha Prathama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920552313&lokasi=lokal>

Abstrak

Sejak pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2018, BNPL memiliki tren yang pesat terutama jika dibandingkan dengan kartu kredit yang memiliki konsep sejenis dengannya. Walaupun begitu, apabila dibandingkan dengan metode pembayaran lain di e-commerce seperti digital wallet, virtual account, transfer bank, dan cash on delivery, penggunaan BNPL masih kurang unggul. Berangkat dari permasalahan tersebut, peneliti terdorong untuk mengeksplorasi faktor affordance yang memengaruhi minat bertransaksi menggunakan BNPL yang dimiliki oleh e-commerce. Hal ini dilakukan dengan menggunakan technology affordance theory (affordance theory—teori yang menjelaskan mengenai faktor yang dimiliki suatu artefak TI yang dapat dirasakan oleh seseorang) dan teori Technology Acceptance Model. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan exploratory sequential method. Pada penelitian kualitatif dilakukan pencarian affordance dari BNPL yang dimiliki oleh e-commerce melalui wawancara bersama 10 pengguna BNPL. Hasil wawancara diolah menggunakan thematic analysis sehingga terbentuk tema-tema yang digunakan untuk pembentukan model penelitian. Selanjutnya, peneliti menyebarkan kuesioner secara daring dan mendapatkan total 334 data responden yang valid. Data yang didapatkan kemudian diuji menggunakan PLS-SEM. Melalui hasil penelitian, didapatkan bahwa faktor affordance, yaitu informativeness, convenience, security, monetary benefit, dan immediate resource memiliki pengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan BNPL yang dimiliki oleh e-commerce. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat satu faktor affordance, yaitu financial management yang tidak terbukti memengaruhi minat bertransaksi menggunakan BNPL yang dimiliki oleh e-commerce. Di sisi lain, perceived ease of use tidak terbukti memengaruhi attitude seseorang terhadap BNPL.

..... Since it was introduced in 2018, BNPL had a rapid growth, outpacing credit cards that have a similar concept. Despite its popularity, compared to other payment methods in ecommerce such as, digital wallet, bank transfer, virtual account and Cash on Delivery, BNPL usage still lags behind. Based on this problem, researchers are encouraged to explore the affordance that influences purchase intention using BNPL in e-commerce. This study used technology affordance theory (which explains factors or features given by IT artifacts that can be perceived by someone) and Technology Acceptance Model. This research is conducted using mixed method, specifically exploratory sequential method approach. The qualitative research conducted to explore affordance of BNPL in e-commerce through interviews with 10 BNPL's users. The result of the interview was then processed using thematic analysis to find potential themes used for the research model. Researchers distributed questionnaires online and got 334 valid respondent data. The research model was tested quantitatively using the PLS-SEM method. The result found that affordance factors such as informativeness, convenience, security, monetary benefit and immediate resource have been proven to influence purchase intention using BNPL in e-commerce. However, the study did not find a

relationship between financial management affordance and purchase intention using BNPL in e-commerce. The result also showed that perceived ease of use don't have significant relationship with individual attitude towards BNPL.