

**Analisis penerimaan penggunaan metode pembayaran PayLater pada Online Marketplace Business-to-Consumer (B2C) di Indonesia =
Analysis of the acceptance of payLater payment usage on Business-to-Consumer (B2C) Online Marketplace in Indonesia**

Salsabila Maurizka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920554884&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan di era digital seperti pada sektor keuangan atau finansial, salah satunya dengan adanya PayLater. PayLater adalah metode pembayaran baru yang memungkinkan konsumen berbelanja menggunakan cicilan dengan tenggat waktu tertentu. Layanan PayLater sudah diadopsi oleh berbagai online marketplace dan semakin meningkat selama pandemi COVID-19. Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui penerimaan penggunaan metode pembayaran PayLater pada online marketplace business-to-consumer (B2C) di Indonesia dengan menggunakan modifikasi dari Technology Acceptance Model (TAM). Penelitian ini menggunakan metode analisis Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 3.0 dan survei yang diisi oleh 1.141 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, lifestyle compatibility, consumer trust, perceived risk, dan debt attitude memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi/menggunakan layanan PayLater, dan niat pengguna dibuktikan memengaruhi penggunaan PayLater yang sebenarnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia layanan PayLater dalam mengevaluasi layanan supaya semakin memudahkan masyarakat dalam menggunakan PayLater dan membantu pemerintah dalam membuat kebijakan yang mendukung proses adopsi PayLater.

.....Technological developments have had a significant impact in various aspects of life in the digital era such as in the financial sector, one of which is the existence of PayLater. PayLater is a new payment method that allows consumers to shop using installments with a certain deadline. PayLater services have been adopted by various online marketplaces and increased during the COVID-19 pandemic. This study aims to seek light on PayLater payment method adoption on business-to-consumer (B2C) online marketplace in Indonesia using the modification of the Technology Acceptance Model (TAM). This study uses the Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) analysis method with help of SmartPLS 3.0 and a survey filled out by 1,141 respondents. The results showed that perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, lifestyle compatibility, consumer trust, perceived risk, and debt attitude influence the users' intention to adopt/use PayLater services, and the intention is proven to influence the actual use of PayLater services. The results of this study could help the PayLater service providers to evaluate the services, thus make it easier for people to use PayLater and help the government to make policies that support the adoption of PayLater.