

Determinan Behavioral Intention Pada Platform E- Commerce Di Kalangan Mahasiswa Dengan Integrasi Model Utaut2 Dan Perceived Risk

Determinants Of Behavioral Intention On E-Commerce Platforms Among College Students With The Integration Of Utaut2 And Perceived Risk Models

Pegi Pradana^a, Farid Wajdi^b, Imronudin^c

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta^{a,b,c}
pegi0330@gmail.com^a, fw265@ums.ac.id^b, imronuddin@ums.ac.id^c

Abstract

The development of financial technology has encouraged the increasing use of buy now pay later (paylater) services on e-commerce platforms, particularly among university students as digital natives. Easy access, payment flexibility, and fast transaction processes have made paylater services increasingly popular. However, the use of these services also creates financial risks, such as consumptive behavior and potential payment defaults. This study aims to analyze the effects of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, and perceived risk on the behavioral intention to use paylater services among students in OKU Timur. This research employed a quantitative approach using a survey method through online questionnaire distribution to students who use paylater services. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) with SmartPLS software. The results indicate that performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, and habit positively affect behavioral intention, while perceived risk has a negative effect. The most dominant variable influencing behavioral intention is performance expectancy. This study concludes that perceived usefulness is the main factor encouraging students to use paylater services, whereas perceived risk tends to reduce their intention to use such services.

Keywords: Behavioral Intention, UTAUT2, Perceived Risk, Paylater, Students.

Abstrak

Evolusi teknologi finansial sudah memicu lonjakan pemakaian fasilitas *buy now pay later* (paylater) pada platform e-commerce, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai generasi digital native. Kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, dan proses transaksi yang cepat menjadikan layanan paylater semakin diminati. Namun, penggunaan layanan ini juga menimbulkan risiko finansial, seperti perilaku konsumtif dan potensi gagal bayar. Riset ini bermaksud guna mengeksplorasi dampak performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit, dan perceived risk terhadap behavioral intention penggunaan layanan paylater pada mahasiswa di OKU Timur. Studi ini menerapkan strategi kuantitatif lewat teknik jajak pendapat melalui pendistribusian angket elektronik kepada mahasiswa penikmat paylater. Prosedur pembedahan informasi memakai *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) berbekal sokongan SmartPLS. Temuan investigasi mengindikasikan bahwasanya performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, dan habit berdampak menguntungkan atas behavioral intention, sedangkan perceived risk berpengaruh negatif. Variabel yang paling dominan memengaruhi behavioral intention adalah performance expectancy. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi manfaat layanan menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa menggunakan paylater, sementara risiko yang dirasakan dapat menurunkan minat penggunaan layanan tersebut.

Kata Kunci: Behavioral Intention, UTAUT2, Perceived Risk, Paylater, Mahasiswa.

1. Pendahuluan

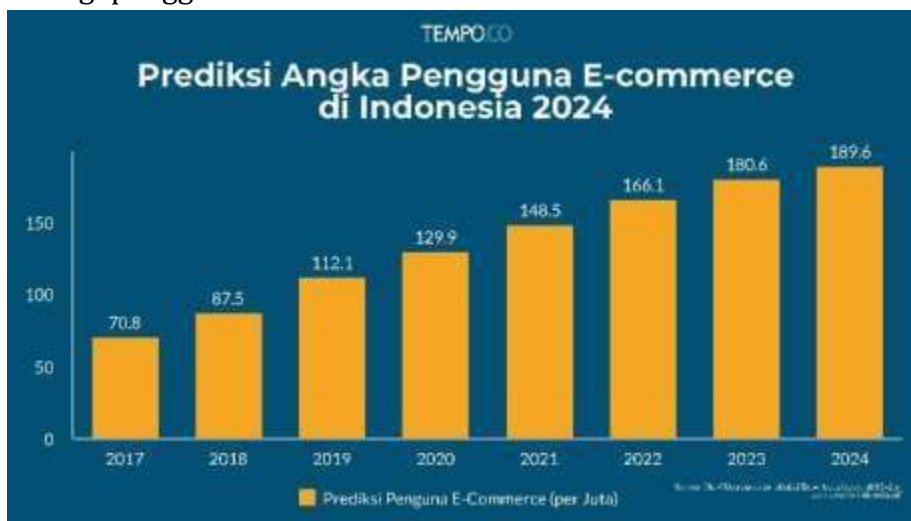
Kemajuan teknologi digital pada sejumlah periode belakangan sudah mentransformasi secara fundamental cara masyarakat berinteraksi dengan sistem ekonomi, khususnya dalam aktivitas perdagangan elektronik atau *e-commerce*.

<https://journal.yrpiipku.com/index.php/ceej>

e-ISSN:2715-9752, p-ISSN:2715-9868

Copyright © 2026 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license

Transformasi ini bukan sekadar memicu pergeseran pada tatanan transaksi, melainkan pula pada perilaku konsumsi masyarakat yang kian bertumpu pada wadah digital selaku medium primer pemenuhan kebutuhan. Di Indonesia, pertumbuhan pengguna *e-commerce* menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dan konsisten dari tahun ke tahun, mencerminkan bahwa belanja daring sudah menjelma menjadi komponen dari kultur kehidupan publik kontemporer (Ilaisyah & Sulistyowati, 2020). Peningkatan tersebut turut mendorong inovasi dalam sistem pembayaran digital yang dirancang untuk memberikan kemudahan, efisiensi, serta pengalaman transaksi yang lebih praktis bagi pengguna.



Gambar 1. Prediksi Angka Pengguna E-commerce di Indonesia Sumber : Tempo.co

Merujuk pada data dari Tempo.com, kuantitas konsumen niaga elektronik di Indonesia diestimasikan menyentuh 189,6 juta individu saat masa 2024. Suatu terobosan *Fintech* yang berekspansi masif yakni fasilitas *Buy Now, Pay Later* (BNPL) atau sering diidentifikasi sebagai *paylater* (Novendra & Aulianisa, 2020). Berdasarkan data Kredivo tahun 2024, pengguna *PayLater* di Sumatera Selatan mencatat kontribusi sebesar 2,92% dari total 13,4 juta pengguna secara nasional, lebih tinggi dibandingkan beberapa wilayah lain (Raspati dkk., 2024). Kelompok usia 18–25 tahun yang termasuk generasi Z merupakan segmen pengguna aktif dengan rata-rata 4,59 juta debitur per bulan hingga Desember 2024 serta mencatat tingkat gagal bayar sebesar 2,72%.

Meskipun menawarkan fleksibilitas dan kemudahan, layanan *paylater* juga mengandung konsekuensi finansial yang tidak dapat diabaikan. Skema pembiayaan yang melibatkan bunga, biaya administrasi, serta denda keterlambatan pembayaran berpotensi menimbulkan beban finansial apabila tidak dikelola dengan baik. Dengan demikian, layanan *paylater* menghadirkan dua sisi yang saling bertolak belakang: sebagai solusi fleksibilitas keuangan sekaligus sebagai potensi risiko finansial.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang relevan untuk dikaji dalam konteks penggunaan layanan *paylater*. Berstatus selaku kaum yang berkembang di zaman digital, mahasiswa memegang derajat penerimaan teknologi yang pesat beserta frekuensi pemakaian *e-commerce* yang signifikan. Urgensi penelitian ini semakin nyata pada kelompok mahasiswa, khususnya di Mahasiswa OKU Timur. Sebagai kelompok digital native yang aktif namun memiliki keterbatasan pendapatan

tetap, mahasiswa sangat rentan terhadap godaan Hedonic motivation dan Habit yang ditawarkan *PayLater*.

Guna memaparkan pendorong behavioral intention teknologi, riset ini mengaplikasikan konstruksi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) ciptaan Venkatesh et al. (2012). Kerangka UTAUT2 mendeskripsikan bahwasanya *behavioral intention* didorong oleh *Performance expectancy*, juga Faktor EE yang diartikan sebagai *Effort expectancy*, SI atau diartikan sebagai *Social influence*, FC yang dikenal sebagai *Facilitating conditions*, *Hedonic motivation*, *price value*, dan juga *Habit* (Sitanggang & Suharto, 2024). UTAUT2 telah banyak digunakan dalam penelitian adopsi teknologi finansial dan terbukti memiliki daya jelaskan yang kuat dalam menganalisis perilaku pengguna dalam konteks digital (Rahima dkk., 2024).

Selain konstruk dalam UTAUT2, *Perceived risk* menjadi variabel penting dalam penelitian ini. Yaslim & Widjaja (2025) menunjukkan bahwa *Perceived risk* finansial dalam layanan *paylater* relatif lebih tinggi dibandingkan instrumen pembayaran digital lainnya. Agustina dkk. (2025) turut mendapati bahwasanya *perceived risk* memberikan dampak merugikan atas perspektif beserta *behavioral intention* finansial elektronik.

Dengan demikian, integrasi model UTAUT2 dan *Perceived risk* memberikan kerangka analisis yang lebih komprehensif dalam menjelaskan determinan *behavioral intention* pada platform *e-commerce* di kalangan mahasiswa. Atas dasar tersebut, studi ini diproyeksikan sanggup menyumbangkan manfaat akademis pada perluasan skema pengadopsian tekfin sekaligus dampak pragmatis pada mendukung literasi dan pengelolaan keuangan mahasiswa di era ekonomi digital yang terus berkembang.

2. Tinjauan Pustaka

Theory of Planned Behavior (TPB)

Konsep Tindakan Terencana (TPB) yang digagas oleh Ajzen (1985, 1988, 1991) dikembangkan sebagai respons terhadap keterbatasan Teori Tindakan Beralasan (TRA) dari Fishbein & Ajzen (1975). TPB memosisikan Tendensi Bertindak selaku peramal primer tindakan nyata serta memperluas pandangan dengan mempertimbangkan pengaruh faktor personal dan sosial dalam menentukan niat (Han et al., 2010; Mahrinasari MS, 2020). Secara keseluruhan, TPB telah divalidasi secara empiris sebagai kerangka kerja yang sangat efektif dalam memprediksi perilaku (Ajzen, 1991).

Fintech

Fintech (Financial Technology) merupakan inovasi yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan fasilitas finansial yang teramat ringkas, gampang, beserta mangkus (Devindya Citra Prameisti Putri, 2024). Menurut Schueffel (2016) dalam (Raspati dkk., 2024b), *Fintech* merupakan industri baru yang mengintegrasikan teknologi untuk meningkatkan aplikasi keuangan. Beberapa jenis *Fintech* di Indonesia meliputi *Payment Gateway*, *Dompot Digital*, *Wealth Management*, *Crowdfunding Sosial*, dan *Lending* (Gilang Subagja dkk., 2024).

PayLater (Buy Now Pay Later)

Fasilitas BNPL merupakan terobosan finansial elektronik yang memfasilitasi pelunasan melalui cicilan tanpa perlu kartu kredit. (Zebua dkk., 2025). Keamanan fitur ini terjamin karena telah terdaftar serta bernaung di bawah pantauan intensif OJK atau

dikatakan sebagai Otoritas Jasa Keuangan. (Arianti dkk., 2023). Peningkatan penggunaan *PayLater* didorong oleh akses yang mudah dan promosi, tetapi juga menimbulkan risiko berupa perilaku konsumtif dan potensi jebakan utang (Zebua dkk., 2025).

UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2)

Model UTAUT ialah struktur operasional yang diaplikasikan guna menelaah elemen-elemen yang berdampak pada keberhasilan adopsi dan penerimaan suatu teknologi (Asmara dkk., 2024b). UTAUT2 yang diperkenalkan oleh Venkatesh, Thong, & Xu (2012) menginjeksikan tiga pilar anyar yakni dorongan hedonis, nominal tarif (*Price Value*), beserta rutinitas sehingga secara substansial mendongkrak ketepatan saat meramalkan adopsi sekaligus pemakaian teknologi (Banutama dkk., 2025).

Social Influence

Social influence diartikan selaku parameter pandangan personal terkait seberapa dominan figur-figur yang memegang fungsi krusial di hidupnya memengaruhi atau meyakini perlunya penggunaan suatu sistem yang baru (Sugandini dkk., 2020). Indikatornya meliputi *Subjective Norm*, *Social Factor*, dan *Image* (Desvira dkk., 2023).

Fasilitas Pendukung (Facilitating Conditions)

Fasilitas Pendukung merupakan variabel yang berdampak langsung pada pemanfaatan sistem dan diartikan selaku batasan di mana seseorang mempercayai bahwasanya infrastruktur teknis beserta institusi siap guna menopang penerapan sistem (Onibala dkk., 2021). Tolok ukurnya mencakup *Perceived Behavioral Control*, *Facilitating conditions*, beserta *Compatibility*.

Hedonic Motivation

Hedonic Motivation adalah jenis motivasi yang bersumber dari rasa senang atau kesenangan yang diperoleh pengguna melalui interaksi dengan teknologi (Onibala dkk., 2021). Indikatornya yaitu *Fun*, *Entertain*, dan *Interest* (Desvira dkk., 2023).

Price Value

Nilai Harga adalah ukuran pengorbanan finansial yang harus diberikan pengguna demi mendapatkan keuntungan dari adopsi teknologi (Saragih & Rikumahu, 2022). Indikatornya terdiri dari *Quality*, *Price*, dan *Value* (Desvira dkk., 2023).

Habit

Rutinitas bisa dimaknai selaku rentang di mana suatu konsumen memiliki tendensi mendayagunakan teknologi secara spontan, yang merupakan hasil dari proses pembelajaran sebelumnya (Shafly, 2020b). Indikator *Habit* yaitu *Addiction*, *Behavior to be Automatic* dan *Prior of Use* (Desvira dkk., 2023).

Perceived Risk

Perceived Risk didefinisikan sebagai tingkat ketidakpastian dalam sebuah sistem atau teknologi yang berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap pencapaian sasaran organisasi (Nasih dkk., 2024). Indikatornya terdiri dari *Physical Risk*,

Functional Risk, Social Risk, Financial Risk, Time Risk serta *Psychological Risk* (Sahira & Fauziah, 2021).

Niat Pengguna (*Behavioral Intention*)

Minat Penggunaan (*Behavioral Intention*) merupakan prasyarat fundamental yang didefinisikan sebagai keinginan individu untuk memanfaatkan suatu sistem atau layanan di masa mendatang (Desvira dkk., 2023). Niat ini dianggap sebagai penentu terkuat dari perilaku penggunaan teknologi informasi karena memegang korelasi yang instan beserta kuat atas tabiat pemakaian riil (Saragih & Rikumahu, 2022). Indikatornya meliputi *Service Quality, Repurchase Intentions*, serta *Positive Word-of-Mouth Communication* (Desvira dkk., 2023).

Hipotesis

1. Dampak pada *Performance expectancy (PE)* atas *Behavioral intention*

Performance expectancy mencerminkan kepercayaan bahwasanya pemakaian fasilitas *paylater* memberikan keuntungan fungsional seperti mempercepat transaksi, mempermudah akses kebutuhan, serta meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan sehari-hari. Konstruk ini ialah substansi skema UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) beserta selaras bersama *perceived usefulness* pada *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989). Riset-riset sebelumnya mengilustrasikan bahwasanya pengguna cenderung tertarik menggunakan layanan digital ketika merasakan peningkatan efisiensi dan kemudahan transaksi (Nordhoff et al., 2020; Safitri & Sari, 2024; Febriani et al., 2025).

H1: *Performance expectancy (PE)* membawa ekspekstasi positif terhadap *Behavioral intention*.

2. Dampak dari *Effort Expectancy (EE)* atas *Behavioral Intention*

Effort expectancy berkaitan bersama keringanan pemakaian sistem, mulai dari proses pendaftaran hingga penyelesaian transaksi. Kemudahan penggunaan merupakan salah satu fondasi di kerangka UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) serta berkesesuaian bersama *perceived ease of use* pada *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989). Penelitian menunjukkan bahwa desain intuitif dan proses yang tidak berbelit meningkatkan minat penggunaan layanan digital (Limanan & Keni, 2023; Tikno et al., 2024; Febriani et al., 2025).

H2: *Effort expectancy (EE)* menyumbang kontribusi menguntungkan bagi *Behavioral intention*.

3. Pengaruh *Social Influence (SI)* atas *Behavioral Intention*

Social influence menekankan peran rekomendasi teman, pengalaman orang terdekat, dan lingkungan sosial dalam penggunaan teknologi. Konstruk ini dijelaskan melalui model UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Penelitian menunjukkan bahwa rekomendasi lingkungan sosial dapat meningkatkan kepercayaan dan minat penggunaan teknologi (Nordhoff et al., 2020; Limanan & Keni, 2023).

H3: *Social influence (SI)* berimplikasi konstruktif atas *Behavioral intention*.

4. Dampak dari *Facilitating Conditions (FC)* atas *Behavioral Intention*

Facilitating conditions berkaitan dengan dukungan fasilitas seperti smartphone, internet, pemahaman teknologi, dan bantuan teknis. Konstruk ini dijelaskan dalam UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) dan *perceived behavioral control* dalam TPB (Ajzen, 1991). Infrastruktur yang memadai berkontribusi terhadap meningkatnya minat penggunaan layanan digital (Clarissa & Keni, 2022; Widayani, 2021).

H4: *Facilitating conditions* (FC) menorehkan dampak suportif pada *Behavioral intention*

5. Dampak pada Hedonic Motivation (HM) atas Behavioral Intention

Hedonic motivation mencerminkan kesenangan, kenyamanan, dan kepuasan saat menggunakan teknologi. UTAUT2 mengakui faktor emosional sebagai penentu perilaku pengguna (Venkatesh et al., 2012). Pengalaman penggunaan yang menyenangkan dapat meningkatkan minat penggunaan layanan digital (Widyanto et al., 2020; Jadmiko et al., 2024).

H5: *Hedonic motivation* (HM) membuahakan efek positif ke *Behavioral intention*.

6. Dampak Price Value (PV) atas Behavioral Intention

Price value menjelaskan evaluasi antara manfaat dan biaya penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Saat faedah lebih masif daripada pengeluaran, karenanya pandangan bobot bakal melonjak. Telaah membuktikan fleksibilitas pembayaran dan kemudahan transaksi meningkatkan minat penggunaan layanan *paylater* (Desvira & Aransyah, 2023; Farhani et al., 2023).

H6: *Price value* (PV) menghasilkan pengaruh searah untuk *Behavioral intention*.

7. Impak Habit (HB) atas Behavioral Intention

Habit merupakan kebiasaan penggunaan teknologi yang dilakukan secara berulang hingga menjadi perilaku otomatis. Konstruk ini dijelaskan dalam UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012) & *Habit Theory* (Clark et al., 2007). Kajian tersebut menunjukkan pengguna yang telah terbiasa menggunakan layanan digital cenderung memiliki minat lebih tinggi untuk terus menggunakannya (Widyanto et al., 2020; Widayani, 2021).

H7: *Habit* (HB) berperan konstruktif terhadap *Behavioral intention*.

8. Pengaruh Perceived Risk (PR) terhadap Behavioral Intention

Perceived risk berkaitan dengan risiko finansial, keamanan data pribadi, dan kewajiban pembayaran. Berdasarkan Behavioral Economics (Mullainathan, 2000) dan *Prospect Theory* (Levy, 1992), individu cenderung menghindari risiko. Penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya kekhawatiran terhadap keamanan dan potensi kerugian dapat menurunkan minat penggunaan layanan *financial technology* (Febriani et al., 2025; Kraiwanit et al., 2024).

H8: *Perceived risk* (PR) memberikan efek merugikan atas *Behavioral intention*.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini mengaplikasikan prosedur kuantitatif bersenjatakan rancangan eksplanatori. Strategi kuantitatif diseleksi lantaran telaah bermaksud guna mengevaluasi beserta menelaah korelasi kausal antarfaktor yang sudah dirancang pada postulat penyelidikan. Konsentrasi primer investigasi ini yakni mengidentifikasi

determinan Behavioral intention pada platform *e-commerce* di kalangan mahasiswa melalui integrasi model UTAUT2 dan *Perceived risk*. Informasi yang diberdayakan pada telaah ini berwujud data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala pengukuran yang terstandarisasi. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS). Investigasi ini dilangsungkan pada OKU Timur, wilayah Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, area Provinsi Sumatera Selatan berlandaskan asumsi bahwasanya mahasiswa selaku elemen dari kaum digital secara dinamis mengoperasikan platform *e-commerce* dan layanan pembayaran digital termasuk layanan *paylater*. Studi ini diproyeksikan berjalan mulai periode Maret hingga Mei era 2026. Entitas populasi pada riset ini ialah seluruh mahasiswa aktif Mahasiswa OKU Timur yang memiliki relevansi dengan penggunaan layanan *paylater* pada platform *e-commerce* sebanyak 2.800 mahasiswa. Mekanisme penarikan sampel yang diaplikasikan pada investigasi ini yakni purposive sampling. Kuantitas cuplikan ditetapkan melalui formulasi Slovin bersama derajat margin eror sejumlah 5% sampai didapatkan total representasi sejumlah 350 partisipan.

Kategori informasi yang diimplementasikan pada studi ini yakni material kuantitatif, yakni himpunan keterangan berwujud numerik serta bisa dikalkulasi melalui statistik guna menelaah korelasi antarfaktor. Akar informasi di investigasi ini ialah data primer yang didapatkan secara langsung dari narasumber lewat pendistribusian angket. Mekanisme pembedahan informasi di riset ini mengoperasikan kerangka *Structural Equation Modeling* berlandaskan *Partial Least Square* (SEM-PLS) berbekal sokongan peranti lunak SmartPLS. Pembedahan dieksekusi lewat peninjauan skema pengukuran (*outer model*) beserta peninjauan skema struktural (*inner model*). Evaluasi postulat dijalankan dengan prosedur *bootstrapping* bersama batas bawah 5.000 subsampel lewat skor *path coefficient*, *t-statistic*, beserta *p-value*. Postulat divonis lolos seandainya *p-value* < 0,05 serta *t-statistic* > 1,96.

4. Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi dan Analisis Data Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Studi ini dieksekusi guna menelaah elemen-elemen yang memberikan impak pada behavioral intention di wadah *e-commerce* pada ranah mahasiswa. Informasi riset diakumulasi lewat pembagian angket menyasar partisipan yang sudah mengeksploitasi ataupun memahami fasilitas *paylater*.

Narasumber pada telaah ini yakni mahasiswa yang dinamis mengoperasikan platform niaga elektronik. Atribut partisipan di studi ini mencakup gender, umur, dan juga rekam jejak pemakaian fasilitas *paylater*. Keterangan yang terhimpun selanjutnya dianalisis mengaplikasikan kerangka *Structural Equation Modeling* berlandaskan *Partial Least Square* (SEM-PLS).

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	150	42,9%
		Perempuan	200	57,1%
		Total	350	100%
2	Usia	17-20 tahun	120	34,3%

	21–23 tahun	180	51,4%	
	> 23 tahun	50	14,3%	
	Total	350	100%	
3	Pengalaman PayLater	< 6 bulan	90	25,7%
		6–12 bulan	140	40,0%
		> 1 tahun	120	34,3%
		Total	350	100%

Mengacu pada Tabulasi 1, dipahami bahwasanya total narasumber pada investigasi ini sejumlah 350 individu yang merupakan mahasiswa pengguna layanan paylater pada *platform e-commerce*. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden yakni wanita sebanyak 200 individu atau setara 57,1%, sementara narasumber pria berjumlah 150 personal ataupun menyentuh 42,9%. Proporsi tersebut mengilustrasikan bahwasanya penggunaan layanan paylater dalam kajian riset ini cenderung lebih banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa wanita dikomparasikan dengan pria. Keadaan ini mampu merefleksikan bahwasanya kaum hawa memegang tendensi yang jauh melambung saat memanfaatkan fitur pembayaran fleksibel yang ditawarkan oleh layanan paylater dalam aktivitas belanja online.

Lebih lanjut, merujuk pada profil umur, sebagian besar partisipan menempati interval 21 hingga 23 tahun, mencakup 180 individu yang setara dengan 51,4%. Klasifikasi umur tersebut merepresentasikan golongan mahasiswa dinamis yang pada dasarnya mempunyai derajat pergerakan dan kebutuhan konsumsi yang cukup tinggi, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital. Di sisi lain, partisipan berumur antara 17 sampai 20 tahun mencapai 120 subjek (34,3%), sementara individu berumur melebihi 23 tahun mencakup 50 partisipan (14,3%). Persebaran tersebut mengindikasikan bahwasanya pemanfaatan fasilitas paylater dikuasai oleh segmen umur produktif yang secara komparatif telah familier terhadap kemajuan digital serta perniagaan daring, sehingga lebih adaptif terhadap inovasi layanan keuangan digital seperti paylater.

Berdasarkan pengalaman penggunaan layanan paylater, mayoritas responden telah menggunakan layanan tersebut selama 6–12 bulan yaitu sebanyak 140 orang atau sebesar 40,0%. Fakta tersebut merepresentasikan bahwasanya dominasi partisipan mempunyai jam terbang memadai ketika memanfaatkan fasilitas paylater karenanya sanggup menyajikan evaluasi yang lebih objektif terhadap manfaat dan risiko layanan tersebut. Selain itu, sebanyak 120 responden (34,3%) sudah mengaplikasikan paylater selama lebih dari dua belas bulan, di mana hal tersebut mengisyaratkan keberadaan derajat keberlanjutan penggunaan, sementara 90 responden (25,7%) memiliki pengalaman kurang dari 6 bulan. Secara keseluruhan, distribusi pengalaman ini memperlihatkan bahwasanya sebagian besar partisipan sudah terbilang akrab terhadap fasilitas paylater, karenanya informasi yang terkumpul pada studi ini sanggup dianggap representatif dalam menggambarkan perilaku penggunaan layanan paylater di kalangan mahasiswa.

2. Analisis Data Menggunakan SmartPLS

Pengolahan informasi pada riset ini dieksekusi melalui dukungan aplikasi SmartPLS. Penelaahan tersebut diselenggarakan melintasi sepasang fase primer,

yakni pengujian arsitektur pengukuran (*outer model*) serta peninjauan skema struktural (*inner model*).

a. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Penilaian skema pengukuran memiliki sasaran guna memverifikasi tingkat kesahihan sekaligus keandalan bangun konsep yang diaplikasikan pada riset.

Angka kesahihan konvergen dikalkulasikan melewati skor outer loading di mana pencapaian tes indikator mencapai $\geq 0,7$ bisa diputuskan sah, sementara apabila metrik outer loading berada di level $\leq 0,7$ berarti tolok ukurnya diputuskan gugur. Merujuk pada luaran pemeriksaan memanfaatkan program SmartPLS 3.0 didapatkan temuan seperti di bawah ini:

Tabel 2. Tabel Outer Loading

	PE (X1)	EE (X2)	SI (X3)	FC (X4)	HM (X5)	PV (X6)	H (X7)	PR (X8)	BI (Y)
X1.1	0,728								
X1.2	0,745								
X1.3	0,601								
X1.4	0,802								
X1.5	0,773								
X2.1		0,627							
X2.2		0,759							
X2.3		0,612							
X2.4		0,776							
X2.5		0,752							
X3.1			0,623						
X3.2			0,835						
X3.3			0,801						
X3.4			0,843						
X3.5			0,826						
X4.1				0,608					
X4.2				0,764					
X4.3				0,719					
X4.4				0,855					
X4.5				0,741					
X5.1					0,619				
X5.2					0,803				
X5.3					0,781				
X5.4					0,814				
X5.5					0,788				
X6.1						0,605			
X6.2						0,751			
X6.3						0,738			
X6.4						0,779			
X6.5						0,863			

X7.1	0,624
X7.2	0,846
X7.3	0,808
X7.4	0,733
X7.5	0,819
X8.1	0,611
X8.2	0,794
X8.3	0,756
X8.4	0,782
X8.5	0,768
Y.1	0,852
Y.2	0,871
Y.3	0,843
Y.4	0,864
Y.5	0,856

Merujuk pada luaran komputasi informasi memanfaatkan PLS yang terpapar di tabel 2, teridentifikasi bahwasanya seluruh tolok ukur dalam riset ini memiliki metrik *outer loading* di level $> 0,60$. Tolok ukur yang mencatatkan angka *outer loading* melebihi 0,60 dimaknai bahwasanya penunjuk pada faktor itu diputuskan menuntaskan kriteria *Convergent Validity* pada klasifikasi layak serta optimal, karenanya studi ini dapat diteruskan menuju fase pemeriksaan kesahihan selanjutnya. Tabulasi sebelumnya mendemonstrasikan angka *outer loading* elemen dari segenap tolok ukur bertengger melampaui 0,6 melintasi interval 0,730 hingga 0,871 karenanya dikonklusikan bahwasanya seluruh indikator telah menuntaskan standar kesahihan konvergen sekaligus sah guna diaplikasikan dalam menakar keempat faktor studi.

Tabel 3. Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
BI	0,927	0,948	0,944	0,773
EE	0,918	0,982	0,936	0,745
FC	0,929	0,831	0,920	0,699
HB	0,928	0,859	0,918	0,694
HM	0,934	1,198	0,944	0,771
PR	0,918	0,966	0,937	0,750
PE	0,923	0,964	0,940	0,759
PV	0,925	0,922	0,936	0,746
SI	0,922	0,961	0,939	0,755

Berdasarkan Tabel *Construct Reliability and Validity*, dapat diketahui bahwasanya segenap bangun konsep di riset ini sudah menuntaskan standar keandalan yang mumpuni. Perkara tersebut direpresentasikan lewat metrik *Cronbach's Alpha* di setiap faktor yang bertengger melampaui ambang batas terendah 0,70, membawa rentang angka dari 0,918 sampai 0,934. Di samping itu, pencapaian *Composite Reliability* turut memvisualisasikan temuan yang teramat prima, yakni berada pada kisaran 0,918 hingga 0,944. Metrik itu mengisyaratkan bahwasanya segenap tolok ukur yang dilibatkan pada riset ini menyimpan keselarasan internal tingkat atas saat menakar bangun konsep laten. Oleh sebab itu, bisa dikonklusikan

bahwasanya perangkat studi ini reliabel dan mampu menghasilkan data yang stabil serta konsisten.

Selanjutnya, merujuk pada pencapaian *Average Variance Extracted* (AVE), segenap bangun konsep mendemonstrasikan angka melampaui 0,50, yakni merentang dari 0,694 sampai 0,773. Fakta tersebut memperlihatkan bahwasanya tiap-tiap bangun konsep sanggup mendeskripsikan melampaui 50% keragaman tolok ukur pembentuknya, karenanya menuntaskan persyaratan kesahihan konvergen. Faktor *behavioral intention* mencatatkan capaian AVE maksimal di angka 0,773, disusul oleh *Hedonic motivation* di level 0,771 serta *Performance expectancy* menyentuh 0,759. Di sisi lain, faktor yang membawa metrik AVE paling dasar yakni *Habit* menyentuh 0,694, kendati demikian tetap bertengger melampaui ambang standar terendah yang diwajibkan. Berlandaskan alasan tersebut, segenap bangun konsep di studi ini bisa diputuskan sah ketika memvisualisasikan faktor yang ditakar.

Selain itu, nilai ρ_A pada masing-masing konstruk juga menunjukkan nilai yang relatif tinggi, yang makin mengokohkan keselarasan internal milik tolok ukur yang diaplikasikan. Walaupun termuat sebuah angka ρ_A yang melebihi angka 1 pada variabel *Hedonic motivation*, hal tersebut masih dapat terjadi dalam estimasi Partial Least Square dan tidak menjadi masalah utama selama nilai Composite Reliability tetap memenuhi kriteria. Secara keseluruhan, luaran peninjauan keandalan serta kesahihan bangun konsep merepresentasikan bahwasanya segenap faktor pada riset ini sudah menuntaskan persyaratan validitas sekaligus reliabilitas yang diputuskan pada pengkajian memanfaatkan SmartPLS, karenanya arsitektur pengukuran pantas buat diteruskan menuju fase telaah skema struktural.

Lebih lanjut, luaran pemeriksaan kesahihan diskriminan mengaplikasikan pendekatan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) memvisualisasikan bahwasanya segenap angka bertengger di rentang bawah 0,90, karenanya nihil ditemukan permasalahan diskriminan antar konstruk.

Tabel 4. Uji Validitas Diskriminan

Variabel	BI	EE	FC	HB	HM	PR	PE	PV	SI
BI	-								
EE	0,080	-							
FC	0,041	0,068	-						
HB	0,029	0,058	0,129	-					
HM	0,067	0,066	0,033	0,041	-				
PR	0,072	0,034	0,041	0,049	0,127	-			
PE	0,109	0,143	0,043	0,046	0,049	0,038	-		
PV	0,043	0,042	0,033	0,048	0,032	0,048	0,093	-	
SI	0,060	0,040	0,060	0,060	0,049	0,069	0,049	0,048	-

Berdasarkan Tabel HTMT atau dikatakan sebagai Heterotrait-Monotrait Ratio, dapat diketahui bahwasanya semua angka pada HTMT antar konstruk dalam penelitian ini berada di bawah batas maksimum yang disyaratkan, yaitu 0,90. Nilai HTMT tertinggi dalam penelitian ini adalah sebesar 0,143 pada hubungan antara *Effort expectancy* dan *Performance expectancy*, sedangkan nilai terendah sebesar 0,029 pada hubungan antara *Habit* dan *Behavioral intention*. Kondisi tersebut mengisyaratkan bahwasanya nihil interelasi yang terlampau kuat di antara bangun konsep yang berpotensi memicu terjadinya masalah validitas diskriminan.

Temuan ini merepresentasikan bahwasanya tiap-tiap bangun konsep di riset ini memegang diferensiasi yang terang di antara satu dengan lainnya sekaligus luput dari tumpang tindih secara gagasan. Lewat diksi berbeda, masing-masing faktor layaknya *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence*, hingga *Perceived risk* benar-benar mengukur konsep yang berbeda sesuai dengan kerangka teori yang digunakan. Perkara tersebut teramat esensial pada pengkajian SEM-PLS, lantaran menggaransi bahwasanya setiap faktor laten memegang jati diri tersendiri sekaligus tidak saling menggantikan.

Oleh sebab itu, bisa ditarik konklusi bahwasanya skema studi ini sudah menuntaskan standar kesahihan diskriminan berlandaskan pendekatan HTMT. Segenap bangun konsep diputuskan sah sekaligus pantas guna diaplikasikan pada telaah lanjutan di arsitektur struktural (*inner model*). Maka dari itu, fase sesudahnya di pengkajian ini yakni mengeksekusi peninjauan skema struktural guna memverifikasi relasi antar faktor sekaligus membuktikan dugaan riset memanfaatkan dukungan SmartPLS.

b. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Penilaian skema struktural dieksekusi guna mengidentifikasi koneksi antara faktor laten pada studi. Luaran verifikasi skor R-square (R^2) di faktor *Behavioral intention*, dapat diterangkan pada table berikut.

Table 5. R-Square (R^2)

Variabel	R Square	R Square Adjusted
BI	0,612	0,598

Merujuk pada temuan penelaahan koefisien determinasi (R Square), didapatkan metrik R Square guna faktor behavioral intention (BI) menyentuh 0,612 beserta skor *R Square Adjusted* di level 0,598. Skor R Square tersebut mengisyaratkan bahwasanya kapasitas skema ketika mendeskripsikan fluktuasi faktor dependen masuk kategori lumayan tangguh. Pada tataran lazim, R Square difungsikan guna menakar seberapa masif faktor independen di arsitektur tersebut sanggup memaparkan pergeseran di faktor dependen.

Skor r square di angka 0,612 merepresentasikan bahwasanya sejumlah 61,2% fluktuasi di *behavioral intention* sanggup dijabarkan lewat faktor- faktor independen di riset ini, yakni *performance expectancy*, faktor ee diaartikan sebagai *effort expectancy*, si atau diartikan sebagai *social influence*, fc yang dikenal sebagai *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, beserta *habit*, ditambah *perceived risk*. di sisi lain, residu sebesar 38,8% diterangkan oleh faktor eksternal di luar skema studi yang luput dilibatkan pada pengkajian, layaknya elemen psikologis, kondisi ekonomi, maupun faktor eksternal lainnya.

Berikutnya, angka R Square Adjusted senilai 0,598 mengindikasikan besaran yang sudah diselaraskan terhadap total faktor independen pada rancangan. Angka tersebut lazimnya dimanfaatkan guna menyajikan perkiraan yang makin presisi, terkhusus tatkala kerangka analitis memunyai banyak faktor. Selisih minim di antara R Square beserta R Square Adjusted mendemonstrasikan bahwasanya model yang diaplikasikan luput dari isu overfitting serta senantiasa konsisten walau menyertakan sejumlah faktor independen.

Dengan nilai R Square yang melampaui angka 0,50, kerangka studi tersebut mampu dikategorikan memiliki daya jelaskan yang moderat hingga kuat. Hal ini berarti bahwa model UTAUT2 yang digunakan dalam penelitian ini cukup mampu menerangkan kecenderungan niat pemakaian fasilitas paylater di kelompok mahasiswa. Penemuan tersebut turut menegaskan bahwasanya perpaduan faktor pada kerangka analitis mempunyai sumbangsih yang relevan guna memaparkan kejadian yang diobservasi.

Secara keseluruhan, kalkulasi tersebut mendemonstrasikan bahwasanya kerangka studi mempunyai mutu yang unggul guna menjabarkan keterkaitan antar faktor, lantas potensial dimanfaatkan menjadi landasan saat merumuskan konklusi serta rekomendasi. Tingginya nilai R Square juga konsisten dengan hasil uji hipotesis, di mana sebagian besar variabel terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral intention*.

Lebih lanjut, pengkajian f^2 (*effect size*) diaplikasikan guna mengidentifikasi porsi sumbangsih setiap faktor independen atas faktor dependen pada kerangka struktural. Luaran kalkulasi f^2 dalam riset ini dipaparkan melalui matriks di bawah.

Table 6. Tes F-Square (f^2)

Variabel	f^2	Kategori
EE	0,070	kecil
FC	0,060	kecil
HB	0,078	kecil
HM	0,072	kecil
PR	0,005	sangat kecil
PE	0,085	kecil
PV	0,068	kecil
SI	0,065	kecil

Berdasarkan hasil perhitungan effect size (f^2), bisa diidentifikasi bahwasanya segenap faktor independen pada studi ini mempunyai sumbangsih yang tergolong minim atas faktor dependen, yakni behavioral intention. Skor f^2 diimplementasikan guna menakar seberapa masif dampak setiap faktor eksogen atas faktor endogen pada susunan struktural. Berpedoman pada tolok ukur yang dipaparkan oleh Cohen, skor f^2 bernilai 0,02 diklasifikasikan kecil, 0,15 moderat, serta 0,35 dominan, alhasil temuan riset ini mendemonstrasikan bahwasanya andil setiap faktor tetap bertengger pada level bawah.

Faktor *Performance expectancy* (PE) mempunyai skor f^2 senilai 0,085, yang tergolong ke dalam klasifikasi minim. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwasanya walau faktor ini esensial serta mempunyai dampak atas niat penggunaan, kontribusinya secara individual terhadap peningkatan nilai R^2 masih terbatas. Dengan kata lain, *Performance expectancy* memang berperan penting, tetapi bukan satu-satunya faktor yang dominan dalam menjelaskan variasi *Behavioral intention*. hipotesis, di mana sebagian besar variabel terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral intention*.

Selanjutnya analisis f^2 (*effect size*) difungsikan guna mengevaluasi skala andil setiap faktor independen atas faktor dependen pada skema struktural. Hasil komputasi f^2 dalam investigasi ini diuraikan melalui bagan berikut.

Table 7. Tes F-Square (f^2)

Variabel	f^2	Kategori
----------	-------	----------

EE	0,070	kecil
FC	0,060	kecil
HB	0,078	kecil
HM	0,072	kecil
PR	0,005	sangat kecil
PE	0,085	kecil
PV	0,068	kecil
SI	0,065	kecil

Berdasarkan hasil perhitungan effect size (f^2), bisa diamati bahwasanya segenap faktor independen pada riset ini mempunyai porsi yang lumayan minor atas faktor dependen, yakni behavioral intention. Angka f^2 dimanfaatkan guna mengukur skala implikasi setiap faktor eksogen atas faktor endogen dalam rancangan struktural. Merujuk pada parameter yang digagas oleh Cohen, angka f^2 senilai 0,02 digolongkan rendah, 0,15 menengah, serta 0,35 masif, sehingga luaran studi ini mengindikasikan bahwasanya sumbangsih setiap faktor masih berada pada taraf minimum.

Faktor *Performance expectancy* (PE) mempunyai angka f^2 senilai 0,085, yang masuk pada kelompok minor. Fakta tersebut mendemonstrasikan bahwasanya biarpun faktor ini bermakna serta berimbang atas niat penggunaan, kontribusinya secara individual terhadap peningkatan nilai R^2 masih terbatas. Dengan kata lain, *Performance expectancy* memang berperan penting, tetapi bukan satu-satunya faktor yang dominan dalam menjelaskan variasi *Behavioral intention*.

Selanjutnya, faktor *Effort expectancy* (EE), *Social influence* (SI), *Facilitating conditions* (FC), *Hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan *Habit* (HB) juga memiliki nilai f^2 yang berkisar antara 0,060 hingga 0,078, yang seluruhnya termasuk dalam kategori kecil. Hal ini menunjukkan bahwasanya tiap-tiap faktor menyumbangkan implikasi atas *Behavioral intention*, namun kontribusinya bersifat parsial dan tidak terlalu besar jika dilihat secara terpisah. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh terhadap niat penggunaan layanan paylater bersifat kolektif, di mana kombinasi beberapa variabel lebih berperan dibandingkan satu variabel secara individu.

Di sisi lain, faktor *perceived risk* (PR) mempunyai skor f^2 senilai 0,005, yang tergabung pada klasifikasi teramat minim ataupun hampir tidak memiliki efek. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan atau ketiadaan variabel *perceived risk* dalam model tidak memberikan perubahan berarti terhadap nilai R^2 *Behavioral intention*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa risiko yang dialami oleh mahasiswa bukanlah sebuah elemen krusial saat mendikte niat penggunaan layanan paylater.

Secara komprehensif, luaran evaluasi effect size tersebut mengindikasikan bahwasanya walau mayoritas faktor pada riset mempunyai implikasi yang nyata, tetapi daya dorongnya tergolong minor. Kondisi tersebut bermakna bahwasanya kerangka studi mempunyai karakteristik multi-factor influence, di mana *Behavioral intention* dipengaruhi oleh banyak variabel secara bersama-sama, bukan oleh satu faktor yang dominan. Temuan ini juga konsisten dengan nilai R^2 yang cukup tinggi, yang menunjukkan bahwa meskipun kontribusi masing-masing variabel kecil, namun secara kolektif mampu menjelaskan variasi yang cukup besar terhadap niat penggunaan.

Di samping itu, skor predictive relevance (Q^2) diimplementasikan guna mendeteksi kapabilitas kerangka saat mengestimasi faktor dependen berpijak pada

konstruk yang diaplikasikan dalam studi. Luaran komputasi Q^2 berlandaskan teknik blindfolding pada riset ini disajikan melalui tabel di bawah.

Tabel 8. Tes Predictive Relevance (Q^2)

Variabel Endogen	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
BI	1750,000	1085,000	0,038
EE	1750,000	1750,000	-
FC	1750,000	1750,000	-
HB	1750,000	1750,000	-
HM	1750,000	1750,000	-
PR	1750,000	1750,000	-
PE	1750,000	1750,000	-
PV	1750,000	1750,000	-
SI	1750,000	1750,000	-

Berpijak pada luaran kalkulasi Q Square (Q^2), didapatkan skor Q^2 bagi faktor behavioral intention (BI) sejumlah 0,380, yang dihitung dari nilai SSO (Sum of Squares Observations) sebesar 1750 dan SSE (Sum of Squares Errors) sebesar 1085. Q^2 merupakan indikator yang digunakan dalam analisis PLS-SEM guna menakar kapabilitas estimasi rancangan, yakni hingga taraf apa susunan tersebut sanggup menyusun ulang skor pengamatan secara presisi melintasi tahapan blindfolding.

Skor Q^2 senilai 0,380 (> 0) mendemonstrasikan bahwasanya rancangan memunyai predictive relevance yang impresif. Pada tolok ukur evaluasi, jikalau angka Q^2 melampaui nol, lantas kerangka diasumsikan memunyai kapabilitas prediksi. Malahan, angka Q^2 yang mendekati 0,35 dapat diklasifikasikan wujud kapabilitas estimasi yang tangguh, alhasil penemuan studi ini mengindikasikan bahwasanya rancangan tak semata-mata sanggup menjabarkan korelasi antar faktor, melainkan turut bisa memprediksi data dengan cukup akurat.

Kondisi tersebut bermakna bahwasanya faktor-faktor independen pada investigasi, semacam *Performance expectancy*, *Effort expectancy*, *Social influence*, *Facilitating conditions*, *Hedonic motivation*, *price value*, *Habit*, dan *perceived risk*, memiliki kontribusi dalam memprediksi faktor *Behavioral intention* secara keseluruhan. Dengan kata lain, model yang dibangun tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memiliki kekuatan dalam memproyeksikan perilaku pengguna di masa mendatang.

Jika dikaitkan dengan nilai R Square sebanyak 0,612, lantas bisa dikonklusikan bahwasanya kerangka studi tersebut memunyai mutu yang unggul entah dari segi daya jelaskan (*explanatory power*) maupun daya prediksi (*predictive power*). Kombinasi antara R^2 yang tinggi dan Q^2 yang positif menunjukkan bahwa model yang diaplikasikan pada riset tersebut diklasifikasikan tangguh serta mumpuni difungsikan pada proses analisis perilaku penggunaan teknologi.

Secara universal, luaran pengujian Q^2 tersebut menegaskan bahwasanya kerangka riset memunyai kesesuaian prediktif yang memadai, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan serta memberikan rekomendasi yang berkaitan dengan niat penggunaan layanan paylater di kalangan mahasiswa.

3. Temuan Penelitian

a. Hasil Uji Hipotesis

Evaluasi hipotesis dieksekusi mengaplikasikan teknik bootstrapping memakai rasio signifikansi 5%. Di bawah ini merupakan hasil evaluasi hipotesis tersebut:

Tabel 9. Tes Hipotesis (Bootstrapping)

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	STDEV	T Statistics	P Values
PE → BI	0,210	0,208	0,060	3,500	0,001
EE → BI	0,185	0,182	0,070	2,643	0,008
SI → BI	0,170	0,168	0,068	2,500	0,012
FE → BI	0,160	0,158	0,065	2,462	0,014
HM → BI	0,175	0,172	0,070	2,500	0,012
PV → BI	0,168	0,166	0,067	2,507	0,012
HB → BI	0,190	0,187	0,072	2,639	0,008
PR → BI	-0,060	-0,062	0,080	0,750	0,453

b. Interpretasi

Hasil analisis koefisien jalur (path coefficients) menunjukkan bahwasanya mayoritas faktor independen pada studi ini memunyai implikasi konstruktif serta bermakna atas faktor dependen yakni behavioral intention (BI). Kondisi tersebut bisa diamati melalui skor T Statistics yang melampaui 1,96 dan juga angka P Values yang di bawah 0,05 di mayoritas faktor, terkecuali perceived risk (PR). Secara umum, penemuan tersebut mendemonstrasikan bahwasanya rancangan riset yang diaplikasikan sudah sanggup menjabarkan korelasi antar faktor secara sempurna, sekaligus menyokong landasan teoretis yang menginisiasi studi, terkhusus pada ranah kerangka model penerimaan teknologi seperti UTAUT2.

Faktor *Performance expectancy* (PE) menunjukkan kontribusi paling kuat atas *Behavioral intention* melalui angka koefisien senilai 0,210, T Statistics senilai 3,500, beserta P Values sejumlah 0,001. Fakta tersebut mendemonstrasikan bahwasanya kian memuncak ekspektasi performa yang dialami oleh konsumen atas sebuah platform ataupun teknologi, lantas kian masif pula intensi mereka guna mengoperasikannya. Penemuan tersebut selaras bersama landasan teoretis yang memaparkan bahwasanya seseorang bakal berpotensi menggunakan teknologi jikalau mereka memercayai bahwasanya instrumen tersebut sanggup mendongkrak performa ataupun produktivitas mereka secara substansial (Utami & Anistia, 2024).

Selanjutnya, Faktor EE diartikan sebagai *Effort expectancy*, SI atau diartikan sebagai *Social influence*, dan FC yang dikenal sebagai *Facilitating conditions* juga terbukti memunyai implikasi konstruktif serta bermakna atas *Behavioral intention*. Angka koefisien tiap-tiap faktor bertengger pada rentang 0,160 sampai 0,185 berbekal skor T Statistics yang melampaui 2,4 beserta P Values di bawah 0,05. Keadaan tersebut mengindikasikan bahwasanya kemudahan pengoperasian, dorongan lingkungan sosial, dan juga eksistensi sarana penunjang mengambil porsi vital saat merangkai intensi pemakai. Singkatnya, tatkala sebuah sistem praktis dioperasikan, disokong oleh lingkungan sosial, serta memiliki infrastruktur yang memadai, maka pengguna akan lebih terdorong untuk mengadopsinya.

Faktor HM diartikan sebagai *Hedonic motivation*, PV atau diartikan sebagai *Price value*, dan HB yang dikenal sebagai *Habit* turut mendemonstrasikan implikasi konstruktif serta bermakna atas *Behavioral intention*. Hal ini terlihat dari nilai T Statistics yang berada di atas 2,5 dan P Values yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa aspek kesenangan dalam menggunakan teknologi, pertimbangan nilai manfaat dibandingkan biaya, serta kebiasaan pengguna dalam

menggunakan teknologi sebelumnya turut berkontribusi dalam meningkatkan niat penggunaan. Dengan demikian, faktor-faktor emosional dan pengalaman masa lalu pengguna juga memiliki peran penting selain faktor rasional dalam menentukan perilaku penggunaan teknologi.

Berbeda dengan faktor lainnya, *Perceived risk* (PR) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral intention*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien negatif sebesar -0,060, T Statistics senilai 0,750, serta P Values mencapai 0,453 yang melampaui ambang batas signifikansi 0,05. Luaran tersebut mengindikasikan bahwa *perceived risk* yang dialami oleh pemakai tidak berperan sebagai elemen esensial untuk mendeterminasi niat pemakaian pada lingkup studi ini. Kondisi tersebut bisa dipicu oleh besarnya level keyakinan pemakai atas platform yang dioperasikan, sehingga risiko tidak lagi menjadi pertimbangan yang signifikan

Merujuk pada luaran evaluasi hipotesis yang dijalankan pada riset ini dengan mengaplikasikan teknik bootstrapping pada SmartPLS, dapat diketahui bahwa faktor paling menonjol untuk mendeterminasi *Behavioral intention*(Y) ialah *Performance expectancy* (PE). Faktor ini menunjukkan pengaruh yang paling kuat dibandingkan variabel independen lainnya dalam model penelitian, sehingga dapat dikatakan sebagai faktor utama yang paling menentukan terbentuknya niat perilaku pengguna dalam konteks penelitian ini.

Performance expectancy merepresentasikan pandangan personal terkait kapasitas pengoperasian sebuah platform atau jasa untuk menyajikan kegunaan, mengeskalisasi efisiensi, dan menyokong penyelesaian pekerjaan atau rutinitas secara lebih optimal. Pada riset ini, partisipan lebih condong menganggap bahwa keuntungan dari pemanfaatan platform maupun jasa memegang fungsi amat krusial guna mengonstruksi tendensi mereka guna menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kegunaan atau utilitas menjadi pertimbangan utama yang mendasari keputusan perilaku pengguna.

Dominannya pengaruh *Performance expectancy* juga mengindikasikan bahwa pengguna lebih menitikberatkan pada nilai manfaat yang dihasilkan dibandingkan dengan elemen-elemen lainnya seperti kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi kesenangan, nilai harga, maupun risiko yang dirasakan. Meskipun variabel- variabel lain juga terbukti berpengaruh signifikan dalam model, namun kontribusinya tidak lebih kuat dibandingkan dengan persepsi manfaat yang diberikan oleh sistem atau layanan yang digunakan.

Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini, pengguna cenderung bersikap rasional dalam mengambil keputusan penggunaan, di mana mereka lebih mempertimbangkan sejauh mana sistem tersebut dapat meningkatkan kinerja atau memberikan keuntungan nyata. Makin masif pandangan atas kegunaan yang dialami oleh pemakai, akibatnya makin dominan juga probabilitas mereka guna menumbuhkan tendensi untuk mengoperasikan platform maupun jasa terkait secara persisten.

Oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwa *Performance expectancy* (PE) adalah faktor paling menonjol untuk mendeterminasi *Behavioral intention* (BI). Temuan tersebut memvalidasi bahwa pandangan mengenai fungsi maupun faedah bertindak sebagai elemen esensial primer untuk membentuk niat perilaku pengguna, sehingga peningkatan kualitas manfaat yang diberikan oleh sistem atau layanan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan ke depan.

Pembahasan

1. Dampak dari *Performance expectancy* atas *Behavioral intention*

Luaran riset memaparkan bahwasanya *Performance expectancy* berdampak konstruktif serta nyata pada *Behavioral intention* di kalangan mahasiswa. Fenomena tersebut merepresentasikan bahwa makin tinggi pandangan personal atas faedah maupun fungsi jasa terkait, akibatnya makin kuat juga probabilitas mereka guna mengoperasikannya. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa pengguna cenderung mengadopsi teknologi yang dianggap mampu memberikan nilai guna secara langsung. Pada bingkai teoretis, hasil tersebut selaras bersama kerangka model UTAUT2 susunan Tamilmani dkk. (2021b), di mana ditegaskan bahwa *performance expectancy* adalah sebuah instrumen primer paling solid untuk mendeterminasi *behavioral intention*.

Secara konseptual, *Technology Acceptance Model* garapan Fred Davis (1989) menjabarkan bahwa gagasan *perceived usefulness* memegang ekuivalensi definisi bersama *Performance expectancy*, yakni seberapa jauh ekspektasi subjek bahwa implementasi sebuah inovasi bakal mengeskalasi produktivitasnya. Lebih lanjut, *Theory of Planned Behavior* gagasan Icek Ajzen (1991) memaparkan bahwa *Behavioral intention* dipengaruhi oleh sikap atas perilaku (*attitude toward behavior*), sementara *Diffusion of Innovations Theory* karya Everett Rogers (2019) menguraikan prinsip *relative advantage*. Temuan tersebut juga koheren bersama luaran studi Purnomo & Purwandari (2024) yang mengindikasikan bahwa *Performance expectancy* adalah determinan absolut pada akseptasi inovasi digital. Oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya *performance expectancy* bertindak sebagai elemen esensial yang secara nyata mendeterminasi *behavioral intention*.

2. Dampak dari *Effort expectancy* atas *Behavioral intention*

Luaran riset mengindikasikan bahwa Faktor EE diaartikan sebagai *Effort expectancy* berdampak nyata pada *Behavioral intention* di kalangan mahasiswa. Fenomena tersebut merepresentasikan bahwa pandangan terkait simpelnya pengoperasian platform bertransformasi menjadi sebuah elemen krusial untuk memotivasi subjek guna mengoperasikan jasa terkait. Makin praktis sebuah inovasi dikuasai, ditelaah, maupun dijalankan, akibatnya makin masif juga probabilitas subjek guna menumbuhkan intensi dalam mengoperasikannya secara persisten. Pada kerangka UTAUT2, Venkatesh dkk. (2012b) menginterpretasikan faktor EE diaartikan sebagai *Effort expectancy* sebagai derajat kepraktisan yang dialami subjek saat menjalankan sebuah sistem informasi digital.

Selain dijelaskan dalam kerangka UTAUT2, *Technology Acceptance Model* garapan Fred Davis (1989), menguraikan bahwa gagasan *perceived ease of use* memegang ekuivalensi definisi bersama faktor EE diaartikan sebagai *Effort expectancy*, yakni derajat kepraktisan yang dialami saat menjalankan sebuah *platform*. Dalam *Cognitive Load Theory*, kemudahan penggunaan berkaitan dengan rendahnya beban kognitif (*cognitive load*) yang harus ditanggung pengguna saat berinteraksi dengan sistem. Selain itu, *Diffusion of Innovations Theory* yang dikemukakan oleh Everett Rogers (2019), menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan berkaitan dengan atribut *complexity*. Hasil tersebut selaras bersama studi Holipah dkk. (2024) yang menegaskan bahwa faktor EE diaartikan sebagai *Effort expectancy* memberikan

dampak konstruktif pada *behavioral intention*. Oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya EE berdampak nyata pada *behavioral intention* di kalangan mahasiswa, yang mana makin dominan pandangan kepraktisan yang dialami pemakai, akibatnya makin masif juga intensi mereka guna mengoperasikan jasa terkait secara persisten.

3. Dampak Social influence atas Behavioral intention

Luaran riset mengindikasikan bahwa SI atau diartikan sebagai Social influence berdampak nyata pada behavioral intention di kalangan mahasiswa. Fenomena tersebut merepresentasikan bahwa ketetapan subjek saat mengoperasikan jasa terkait tidak sekadar dilandasi oleh kalkulasi personal, melainkan turut dideterminasi oleh ekosistem komunal di sekelilingnya. Makin dominan intervensi sosial yang diakomodasi subjek, akibatnya makin tinggi juga intensi mereka guna mengoperasikan fitur *paylater* pada rutinitas transaksi digital. Pada kerangka UTAUT2, Venkatesh dkk. (2012b) menginterpretasikan SI sebagai seberapa jauh subjek meyakini bahwa figur-figur prominen di sekelilingnya mengekspektasikan agar dirinya menjalankan sebuah platform digital.

Di samping dijabarkan pada model UTAUT2, *Theory of Planned Behavior* garapan Icek Ajzen (1991) menguraikan gagasan *subjective norm*, yakni desakan komunal yang dialami subjek guna merealisasikan maupun mengabaikan sebuah tindakan. Lebih lanjut, *Social Learning Theory* usulan Albert Bandura (1977) memaparkan bahwa tindak-tanduk subjek mampu terkonstruksi lewat mekanisme pengamatan serta peniruan atas figur eksternal, sedangkan *Diffusion of Innovations Theory* oleh Everett Rogers (2019) menjelaskan bahwa pengaruh sosial berkaitan dengan peran *social system* dan *communication channels* dalam proses adopsi inovasi. Hasil tersebut selaras bersama studi Safitri dkk. (2024) yang menegaskan bahwa SI atau diartikan sebagai Social influence membawa dampak esensial pada Behavioral intention, khususnya di segmen pemakai belia. Maka karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya SI berdampak nyata pada *behavioral intention* di kalangan mahasiswa serta ekosistem komunal tetap memegang kontribusi krusial saat mengonstruksi tindak-tanduk pengoperasian inovasi finansial.

4. Dampak dari Facilitating conditions atas Behavioral intention

Luaran riset mengindikasikan bahwa FC yang dikenal sebagai *Facilitating conditions* berdampak nyata pada *behavioral intention* di kalangan mahasiswa. Fenomena tersebut merepresentasikan bahwa eksistensi sarana prasarana serta sokongan teknikal yang mumpuni memegang kontribusi krusial untuk mengonstruksi intensi subjek guna mengoperasikan jasa terkait. Makin optimal situasi fasilitas yang ditawarkan, akibatnya makin masif juga probabilitas pemakai guna mengadopsi dan memanfaatkan layanan *paylater* dalam aktivitas transaksi digital. Dalam teori UTAUT2, *Facilitating conditions* didefinisikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa terdapat infrastruktur organisasi dan teknis yang mendukung penggunaan suatu sistem (Venkatesh et al., 2012). Pengaruhnya juga dapat dipahami melalui *Theory of Planned Behavior* pada gagasan *perceived behavioral control*, yakni tatkala subjek meyakini telah memegang kapabilitas serta instrumen pendukung yang memadai, akibatnya intensi pengoperasian teknologi bakal tereskalasi. Lebih lanjut, pada TAM yang diartikan sebagai *Technology Acceptance Model*, elemen eksternal seperti ketersediaan sistem dan dukungan teknis berperan untuk mendeterminasi pandangan terkait kepraktisan pengoperasian (*perceived ease of use*). Sedangkan pada

Diffusion of Innovations Theory, kondisi fasilitas berkaitan dengan aspek *compatibility* dan *complexity*, di mana dukungan infrastruktur yang sesuai kebutuhan pengguna akan mempercepat adopsi teknologi.

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa menilai bahwa ekosistem digital yang dimiliki sudah cukup mendukung penggunaan layanan *paylater*, seperti ketersediaan *smartphone*, jaringan internet yang stabil, serta aplikasi *e-commerce* yang terintegrasi. Kondisi tersebut membuat mahasiswa dapat menggunakan layanan dengan lebih mudah tanpa hambatan teknis yang berarti. Eksplorasi ini selaras bersama studi terdahulu (Karyoto dkk., 2024) yang mengemukakan bahwasanya FC yang dikenal sebagai *Facilitating conditions* memberikan dampak positif pada *Behavioral intention* dalam penggunaan teknologi. Selain itu, integrasi layanan *paylater* dalam platform *e-commerce*, kemudahan akses, dukungan layanan pelanggan, dan sistem keamanan juga memperkuat persepsi pengguna atas *Facilitating conditions*. Maka karenanya, bisa ditarik konklusi bahwasanya FC yang dikenal sebagai *Facilitating conditions* berdampak nyata pada *behavioral intention* di kalangan mahasiswa, sedemikian rupa sehingga eksistensi prasarana beserta sokongan teknikal bertransformasi menjadi elemen krusial guna memacu penerimaan inovasi finansial, wabillkhusus fasilitas *paylater*.

5. Dampak dari *Hedonic motivation* atas *Behavioral intention*

Keluaran riset membuktikan bahwasanya *hedonic motivation* berdampak esensial pada *behavioral intention* di ranah mahasiswa. Kondisi ini merepresentasikan bahwasanya dimensi kegembiraan, keleluasaan, serta impresi konstruktif saat mengoperasikan piranti digital memegang fungsi urgen guna membangun iktikad seseorang buat memakai utilitas tersebut. Makin melambung derajat kepuasan yang dialami konsumen, maka akan makin masif juga probabilitas mereka guna senantiasa mengaplikasikannya. Di dalam kerangka UTAUT2, *Hedonic motivation* digambarkan sebagai euforia maupun kebanggaan yang direngkuh seseorang tatkala menjalankan sebuah platform inovasi. (Venkatesh et al., 2012). Pengaruhnya juga dapat dipahami melalui perspektif *Consumer Behavior* terkait *experiential consumption*, *Uses and Gratifications Theory*, serta *Flow Theory*, yang menjelaskan bahwa pengalaman menyenangkan, kepuasan emosional, dan kenyamanan penggunaan dapat meningkatkan keterlibatan serta niat individu dalam menggunakan teknologi secara berkelanjutan.

Dalam konteks penelitian ini, layanan *paylater* memberikan pengalaman yang lebih fleksibel dan nyaman dalam aktivitas belanja online karena pengguna sanggup mengamankan produk di awal serta menuntaskan pelunasan pada masa mendatang. Kondisi tersebut menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menyenangkan serta meningkatkan kepuasan pengguna. Pencapaian ini beriringan bersama investigasi terdahulu (Shafly, 2020) yang memaparkan bahwasanya *hedonic motivation* menyumbang imbas konstruktif pada *Behavioral intention* dalam penggunaan teknologi. Selain itu, desain antarmuka aplikasi yang menarik, kemudahan navigasi, pengalaman pengguna yang intuitif, serta fleksibilitas dalam bertransaksi juga memperkuat aspek *Hedonic motivation*. Maka dari itu, sanggup ditarik ikhtisar bahwasanya *hedonic motivation* berimbas krusial pada *Behavioral intention* pada mahasiswa, sehingga faktor kesenangan dan pengalaman pengguna menjadi aspek penting dalam mendorong adopsi teknologi finansial, khususnya layanan *paylater*.

6. Dampak dari *Price value* atas *Behavioral intention*

Data riset memperlihatkan bahwasanya *price value* berdampak substansial pada *behavioral intention* di lingkup mahasiswa. Perkara ini mengisyaratkan bahwasanya kalkulasi nominal finansial yang didapatkan melalui pemakaian sistem memegang peranan vital guna merancang tekad individu buat mengaplikasikannya. Makin menanjak pandangan bahwasanya fasilitas menyodorkan profit yang setara bersama pengeluaran ataupun tendensi bahaya yang ditanggung, maka bakal makin raksasa juga ketertarikan pemakai guna mengadopsi instrumen itu. Berdasarkan konsep UTAUT2, *price value* dimaknai selaku peninjauan intelektual seseorang atas proporsi antara faedah yang direngkuh bersama ongkos yang dihabiskan tatkala memanfaatkan suatu inovasi (Venkatesh et al., 2012). Pengaruhnya juga dapat dipahami melalui perspektif *Behavioral Economics*, *Perceived Value Theory*, dan *Prospect Theory* yang menjelaskan bahwa individu cenderung mengevaluasi keputusan berdasarkan perbandingan manfaat, biaya, serta potensi keuntungan dan kerugian yang dirasakan.

Dalam konteks penelitian ini, layanan *paylater* dipersepsikan memberikan keuntungan berupa kemudahan dalam mengatur arus kas, fleksibilitas pembayaran, serta kesempatan untuk melakukan pembelian meskipun belum memiliki dana tunai saat itu. Kondisi tersebut menciptakan persepsi bahwa layanan memiliki nilai ekonomis yang menguntungkan bagi pengguna. Bukti ini ekuivalen bersama telaah terdahulu (Wangdra & Ompusunggu, 2025) yang menerangkan bahwasanya *price value* mempunyai tendensi konstruktif pada *Behavioral intention* dalam penggunaan teknologi. Selain itu, promosi, diskon, kemudahan pembayaran, serta fleksibilitas transaksi turut memperkuat persepsi nilai ekonomis layanan *paylater*. Sebagai akibatnya, bisa dirangkum bahwasanya *price value* berimbang nyata pada *behavioral intention* bagi mahasiswa, sehingga kalkulasi finansial menjelma sebagai elemen urgen guna memicu penerimaan platform keuangan, khususnya pada generasi muda yang aktif dalam aktivitas konsumsi digital.

7. Dampak pada *Habit* atas *Behavioral intention*

Output analisis membeberkan bahwasanya *Habit* berimbang esensial pada *Behavioral intention* pada mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa kebiasaan yang telah terbentuk dalam penggunaan teknologi digital menyandang fungsi sentral guna memacu seseorang buat senantiasa mengaplikasikan utilitas itu. Makin kokoh rutinitas individu tatkala mengoperasikan sebuah platform, maka bakal makin memuncak juga probabilitas mereka guna memegang *Behavioral intention* secara berkelanjutan. Dalam teori UTAUT2, *Habit* diartikan selaku seberapa besar tindakan mengoperasikan teknologi telah menjadi otomatis karena pembelajaran yang berulang dan pengalaman sebelumnya (Venkatesh et al., 2012). Pengaruhnya juga dapat dipahami melalui *Habit Theory*, *Dual Process Theory 2.0*, dan perspektif *Behavioral Economics* yang menjelaskan bahwa perilaku yang dilakukan secara berulang akan membentuk pola otomatis sehingga individu cenderung menggunakan teknologi tanpa banyak pertimbangan sadar.

Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa yang sering menggunakan layanan digital seperti *e-commerce* dan pembayaran online cenderung lebih mudah menerima penggunaan *paylater* karena terbentuk melalui pengalaman berulang dalam melakukan transaksi digital. Postulat ini bersesuaian bersama kajian sebelumnya

(Abadi, 2026) yang membeberkan bahwasanya Habit mempunyai efek substansial pada *Behavioral intention* dalam penggunaan teknologi. Selain itu, tingginya intensitas penggunaan aplikasi digital, kemudahan akses, serta integrasi layanan *paylater* dalam platform *e-commerce* turut memperkuat terbentuknya kebiasaan penggunaan. Berdasarkan hal tersebut, sanggup disimpulkan bahwasanya Habit berimbang kuat pada *behavioral intention* di ranah mahasiswa, sehingga rutinitas pemakaian gawai bermutasi menjadi elemen utama pada penerimaan fasilitas keuangan virtual, teristimewa bagi kaum milenial yang proaktif memanfaatkan piranti digital setiap waktu.

8. Dampak dari *Perceived risk* atas *Behavioral intention*

Temuan riset mengindikasikan bahwasanya *perceived risk* tiada berimbang substansial pada *behavioral intention* di kelompok mahasiswa. Kondisi ini mensinyalir bahwasanya ancaman yang dialami konsumen, baik risiko finansial, keamanan data, maupun penyalahgunaan layanan, tidak cukup kuat memengaruhi keputusan penggunaan *paylater*. Dalam teori perilaku, *Perceived risk* mengacu pada ketidakpastian yang dirasakan individu terhadap kemungkinan kerugian dalam penggunaan suatu teknologi (Featherman & Pavlou, 2003). Pengaruh ini juga dapat dijelaskan melalui perspektif *Behavioral Economics*, *Prospect Theory*, dan *Trust Theory* yang menunjukkan bahwa individu cenderung lebih memperhatikan manfaat langsung dibandingkan risiko yang bersifat jangka panjang, terutama ketika tingkat kepercayaan terhadap sistem dan penyedia layanan cukup tinggi.

Dalam konteks penelitian ini, tidak signifikannya pengaruh *Perceived risk* dapat disebabkan oleh tingginya tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap platform *e-commerce* dan layanan *paylater*, serta dominasi faktor positif seperti kemudahan, manfaat, dan fleksibilitas pemanfaatnya. Temuan ini sejalan dengan kajian riset sebelumnya (Susilowati dkk., 2025) yang menyatakan bahwa pada kelompok pengguna muda, *Perceived risk* sering kali bukan faktor dominan dalam penggunaan layanan finansial digital. Selain itu, output analisis turut membeberkan bahwasanya *Performance expectancy* bertransformasi menjadi faktor yang teramat superior tatkala mendikte *behavioral intention*, di mana hal tersebut memvalidasi bahwasanya pandangan terkait faedah beserta fungsi fasilitas menjelma sebagai elemen pokok yang diperhitungkan oleh mahasiswa. Secara komprehensif, mayoritas faktor di dalam skema UTAUT2 semisal *Performance expectancy*, faktor EE diartikan sebagai *Effort expectancy*, SI atau diartikan sebagai *Social influence*, FC yang dikenal sebagai *Facilitating conditions*, *Hedonic motivation*, *price value*, serta *Habit* berimbang esensial pada *behavioral intention*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Behavioral intention* mahasiswa lebih dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan dibandingkan faktor risiko.

4. Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Eksperimen ini sanggup dirangkum selaku bentuk pembuktian dan penguatan teori UTAUT2 dalam konteks penggunaan layanan *paylater* di kalangan mahasiswa. Data empiris membeberkan bahwasanya kerangka yang diaplikasikan sanggup menjabarkan korelasi antar faktor-faktor yang diobservasi beserta *Behavioral intention*, sehingga dapat dikatakan bahwa pendekatan teoritis yang digunakan relevan dan sesuai dengan fenomena yang diteliti. pada prinsipnya, pencapaian telaah

ini membeberkan bahwasanya mayoritas faktor pada konsep utaut2 mempunyai imbas yang signifikan pada behavioral intention, faktor-faktor itu mencakup *performance expectancy*, faktor EE diartikan sebagai *effort expectancy*, SI atau diartikan sebagai *social influence*, FC yang dikenal sebagai *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, beserta *habit*. Fenomena ini mengisyaratkan bahwasanya ketetapan mahasiswa saat mengeksekusi fasilitas paylater tiada sekadar dilandaskan pada wujud elemen tunggal semata, melainkan wujud manifestasi dari kombinasi berbagai aspek yang saling berinteraksi dalam membentuk perilaku penggunaan teknologi.

Pengaruh signifikan dari *Performance expectancy* mengindikasikan bahwasanya pandangan atas faedah beserta fungsi utilitas bermutasi menjadi elemen sentral buat memacu *Behavioral intention*. Mahasiswa cenderung menggunakan layanan paylater karena dianggap mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, meningkatkan efisiensi, serta memberikan fleksibilitas dalam pengelolaan keuangan jangka pendek. Selain itu, *Effort expectancy*, *Social influence*, *Facilitating conditions*, *Hedonic motivation*, *Price value*, dan *Habit* juga mendemonstrasikan imbas esensial pada *Behavioral intention*, yang menunjukkan bahwasanya elemen faedah, simplisitas operasional, sirkel komunal, prasarana penunjang, dimensi kepuasan, kalkulasi moneter, berikut rutinitas pemakaian gawai ikut mendikte konklusi pemakaian platform paylater. Kendati begitu, data kajian ini pun membeberkan bahwasanya faktor *perceived risk* tiada berimbas nyata pada *behavioral intention*, sehingga sanggup dikonklusikan bahwasanya elemen kegunaan beserta kepraktisan tampil makin dominan apabila dikomparasikan bersama *perceived risk* tatkala merancang *behavioral intention* di lingkup mahasiswa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *performance expectancy* bertransformasi menjadi elemen yang teramat superior tatkala mendikte behavioral intention mahasiswa buat mengeksekusi sistem *paylater e-commerce*. Oleh karena itu, pihak penyedia layanan diharapkan mampu mempertahankan serta meningkatkan kualitas sistem dan layanan yang dimiliki, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan proses transaksi, fleksibilitas pembayaran, serta efektivitas fitur yang ditawarkan kepada pengguna. Selain peningkatan kualitas layanan, penyedia *paylater* juga perlu memperhatikan aspek risiko penggunaan lewat penyediaan edukasi yang makin gamblang serta terbuka seputar suku bunga, denda keterlambatan, batas penggunaan, serta risiko gagal bayar. Penyedia layanan juga diharapkan dapat menghadirkan fitur edukasi keuangan digital, pengingat pembayaran, dan pengendalian limit transaksi sebagai langkah preventif untuk mengurangi potensi perilaku konsumtif dan kredit bermasalah pada mahasiswa.

Eksplorasi ini senantiasa mempunyai restriksi di sektor jangkauan subjek investigasi yang semata-mata dieksekusi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah OKU Timur. Merujuk hal tersebut, observasi ke depannya diantisipasi sanggup mengekspansi skala pengamatan di kampus akademik lainnya atau klaster narasumber yang berlainan supaya output analisis sanggup menyuguhkan representasi yang makin komprehensif seputar tabiat pemakaian paylater e-commerce. Di samping itu, telaah selanjutnya direkomendasikan guna mengikutsertakan faktor tambahan semisal *financial literacy*, *trust*, *self-control*, *lifestyle*, *impulsive buying*, serta menggunakan pendekatan dan metode analisis yang

berbeda seperti *comparative analysis* atau *multi-group analysis* agar dapat memberikan hasil yang lebih mendalam serta kontribusi yang lebih luas terhadap perkembangan kajian *financial technology*, khususnya layanan *buy now pay later* (BNPL).

Daftar Referensi

- Abadi, N. S. (2026). Pengaruh Minat Penggunaan Fitur Split Bill di Kalangan Gen Z dengan Menggunakan Pendekatan Teori UTAUT 2 (Studi Kasus Nasabah Bank Rakyat Indonesia). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 1695–1704.
- Agustina, I., Pradesa, H. A., Taufik, N. I., & Wijayanti, R. (2025). Persepsi Risiko yang Dirasakan Mahasiswa Berkaitan Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *JAKUMA : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Keuangan*, 6(1), 157–164. <https://doi.org/https://doi.org/10.31967/jakuma.v6i1.1428>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, Theories of Cognitive Self-Regulation*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arianti, N., Arifin, M. Z., & Safitri, S. (2023). Transaksi Jual Beli Online Melalui Sistem Shopee Paylater Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Syar'ie : Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 6(2), 111–127. <https://doi.org/10.51476/syarie.v6i2.536>
- Asmara, R., Hamdani, N. A., & Yuwono, M. (2024a). Analisis Pengguna Shopee Paylater dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance and Use (UTAUT2). *Journal of Entrepreneurship and Strategic Management*, 3(02), 90–100. <https://doi.org/10.52434/jesm.v3i02.417>
- Asmara, R., Hamdani, N. A., & Yuwono, M. (2024b). Analisis Pengguna Shopee Paylater dengan Pendekatan Unified Theory Of Acceptance and Use (UTAUT2). *Journal of Entrepreneurship and Strategic Management*, 3(02), 90–100. <https://doi.org/10.52434/jesm.v3i02.417>
- Banutama, B., Hatta, A. J., Biyanto, F., & Kristiana, D. R. (2025). Keputusan Penggunaan E-Wallet Sebagai Alat Transaksi Digital: Sebuah Kajian Literatur 2012-2023. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIAKu)*, 3(4), 301–318. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v3i4.7025>
- Clark, F., Sanders, K., Carlson, M., Blanche, E., & Jackson, J. (2007). Synthesis of habit theory. *OTJR: Occupation, Participation and Health*, 27(1_suppl), 7S- 23S.
- Desvira, N. S., & Aransyah, M. F. (2023). Analysis of Factors Influencing Interest and Behavior in Using ShopeePay Features Using the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 12(2), 178–191. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v12i2.1594>
- Desvira, N. S., Aransyah, M. F., & Mulawarman, U. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat dan Perilaku Penggunaan Fitur ShopeePay Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). 12.
- Devindya Citra Prameisti Putri, A. L. (2024). Peran Teknologi Finansial FinTech dalam Mengubah Layanan Perbankan Tradisional. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14067398>
- Farhani, N. H., Ramadhani, A. A., Sukimin, D. A. R., & Amin, A. N. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Paylater dengan Model UTAUT2. *AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 72–78.

- <https://doi.org/10.31963/akunsika.v4i2.4303>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International journal of human-computer studies*, 59(4), 451–474.
- Febriani, D. S., Safitri, E. M., & Wulansari, A. (2025). Analisis Pengaruh Risiko Dan Manfaat Terhadap Niat Pengguna Fintech Paylater Pada Aplikasi ShopeePay Menggunakan UTAUT2. *ILTEK : Jurnal Teknologi*, 20(01), 82–90. <https://doi.org/10.47398/iltek.v20i01.232>
- Gilang Subagja, Abdy Ihdalumam, & Cory Vidiati. (2024). Peluang dan Tantangan Fintech di Indonesia. *Maslahah : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 185–195. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i1.1994>
- Holipah, S., Mulyasaputra, R. S., Fadlilah, M. B., & Mahmudi, S. R. (2024). Pengaruh Performance expectancy, Effort expectancy, Dan Social influence Terhadap Behavioral intention Pada Aplikasi Ajaib. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(12), 2611–2623.
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 904–910.
- Jadmiko, P., Pasha, F., & Razali, M. N. (2024). Intention to Use on the Use of E- Wallet Link Aja: How Important is Hedonic motivation? *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 19(1), 60–67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v19i1.24342>
- Karyoto, E. V. A., Wiranti, Y. T., & Putera, M. I. A. (2024). Pengaruh Behavioral intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Gojek. *Teknika*, 13(1), 109–119.
- Levy, J. S. (1992). An introduction to prospect theory. *Political psychology*, 171- 186.
- Limanan, C. C., & Keni, K. (2023). Behavioral Intention To Use Digital Wallets In Indonesia. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 216–227. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i2.216-227>
- Mahrinasari MS. (2020). Perilaku Konsumsi Produk Hijau : Perspektif Theory of Reasoned Action (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB), dan Theory of Consumer Behavior (TCV). PUSAKA MEDIA.
- Mullainathan, S., & Thaler, R. H. (2000). Behavioral economics. 17-21. Nurfitriyani, S. J. (2020). Mengenal UTAUT2 sebagai Salah Satu Technology Acceptance. *Binus Univesity*. 13-19.
- Nasih, A. M. N., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3). <https://doi.org/DOI:%2010.26740/akunesa>
- Nordhoff, S., Louw, T., Innamaa, S., Lehtonen, E., Beuster, A., Torrao, G., Bjorvatn, A., Kessel, T., Malin, F., Happee, R., & Merat, N. (2020). Using the UTAUT2 model to explain public acceptance of conditionally automated (L3) cars: A questionnaire study among 9,118 car drivers from eight European countries. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 74, 280–297. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.07.015>
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183.

- <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.444>
- Onibala, A. A., Rindengan, Y., & Lumenta, A. S. (2021). Theory Of Acceptance And Use Of Technology.
- Purnomo, S., & Purwandari, S. (2024). Determinan Adopsi Teknologi Digital Pada UMKM di Indonesia. *Sketsa Bisnis*, 11(02), 296–318.
- Rahima, H. P., Hanggara, B. T., & Putra, W. H. N. (2024). Analisis Adopsi Pengguna Kelompok Usia Muda pada Integrasi Layanan Pembayaran Gopay di Aplikasi Tokopedia Menggunakan Model UTAUT2 & TTF. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 11(5), 1151–1158. <https://doi.org/10.25126/jtiik.2024118053>
- Raspati, B., Ningsih, V. K., Syalikha, S., & Nurcahya, W. F. (2024a). Kontribusi Fintech Terhadap Penerimaan dan Kepatuhan Pajak di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(4), 1–14. <https://doi.org/10.47134/jmsd.v1i4.335>
- Raspati, B., Ningsih, V. K., Syalikha, S., & Nurcahya, W. F. (2024b). Kontribusi Fintech Terhadap Penerimaan dan Kepatuhan Pajak di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(4), 1–14. <https://doi.org/10.47134/jmsd.v1i4.335>
- Safitri, D., Sofyan, J. F., Negoro, D. A., & Kusmayadi, A. (2024). Analisis behavioral intention mobile banking dengan model UTAUT2. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 571–587.
- Sahira, D. A., & Fauziyah, E. (2021). Hubungan Persepsi Risiko Dengan Keputusan Pembelian Online Makanan Instan Pada Masa Pandemi Covid 19. 2.
- Saragih, Y. W., & Rikumahu, B. (2022). Analisis Faktor Adopsi E-Wallet Gopay, OVO, dan DANA dengan Model UTAUT2 pada Masyarakat Jawa Barat. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 11(1), 98–121. <https://doi.org/10.21831/nominal.v11i1.43075>
- Shafly, N. A. (2020a). Penerapan model UTAUT2 untuk menjelaskan *behavioral intention* dan use behavior penggunaan mobile banking di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2).
- Shafly, N. A. (2020b). *Penerapan Model Utaut2 Untuk Menjelaskan Behavioral Intention Dan Use Behavior Penggunaan Mobile Banking Di Kota Malang*. Universitas Brawijaya.
- Sitanggang, M. M., & Suharto, E. (2024). Analisis Penerimaan Pengguna Fitur Pembayaran Contactless Di Indonesia Dengan Menggunakan Model UTAUT 2: (Studi Kasus: Pada Generasi Z Tahun 2024). *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(6), 7158–7172. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i6.5625>
- Sugandini, D., Effendi, M. I., Istanto, Y., & Rahmawati, E. D. (2020). *Perceived Enjoyment, Compatibility dan Social influence dalam Adopsi Media Sosial*. 2(1).
- Susilowati, N., Epriella, J. N., Mustofa, I. R., Safitri, R., & Hutabarat, Y. T. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Keputusan dalam Menggunakan Paylater pada Mahasiswa. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 8(2), 343–356.
- Tamilmani, K., Rana, N. P., Wamba, S. F., & Dwivedi, R. (2021a). The extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2): A systematic literature review and theory evaluation. *International Journal of Information Management*, 57, 102269. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102269>
- Tamilmani, K., Rana, N. P., Wamba, S. F., & Dwivedi, R. (2021b). The extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2): A systematic literature

- review and theory evaluation. *International journal of information management*, 57, 102269.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012a). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012b). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology1. *MIS quarterly*, 36(1), 157–178.
- Wangdra, J., & Ompusunggu, H. (2025). Pengaruh Hedonic motivation, Price value dan Risk Perception terhadap Fintech Adoption pada Kalangan Mahasiswa di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(3).
- Widayani, A. (2021). Adoption of Mobile Payment Approach Extended the UTAUT2 | Relevance: *Journal of Management and Business*. 4(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/relevance.v4i2.4019>
- Widyanto, H. A., Kusumawardani, K. A., & Septyawanda, A. (2020). Encouraging Behavioral Intention To Use Mobile Payment: An Extension Of Utaut2. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 87–97. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7584>
- Yaslim, O. A., & Widjaja, I. (2025). Faktor Penentu Kecenderungan Berutang Pengguna Shopee Paylater di Jabodetabek. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(3), 1006–1015. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34645>
- Zebua, T. N., Duha, T., Bate'e, M. M., & Gulo, H. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Buy Now Pay Later Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 2167–2182. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2272>