

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS* DAN *PAYMENT FLEXIBILITY* PADA APLIKASI SHOPEE TERHADAP *INTENTION TO USE PAYLATER SERVICES* DAN *USER EXPERIENCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

FILDZAH YULIANINGRUM

1707621020



Intelligentia - Dignitas

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2025**

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE,
PERCEIVED USEFULNESS, AND PAYMENT FLEXIBILITY
ON THE SHOPEE APPLICATION ON THE INTENTION TO
USE PAYLATER SERVICES AND USER EXPERIENCE AS
MODERATING VARIABLES**

FILDZAH YULIANINGRUM

1707621020



Intelligentia - Dignitas

**Written to fulfill part of the requirements for obtaining a
Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics and
Business, Jakarta State University.**

**BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2025

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*
DAN *PAYMENT FLEXIBILITY* PADA APLIKASI SHOPEE TERHADAP
INTENTION TO USE PAYLATER SERVICES DAN *USER EXPERIENCE*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

FILDZAH YULIANINGRUM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, dan *Payment Flexibility* terhadap *Intention to Use* layanan Shopee PayLater, dengan User Experience sebagai variabel moderasi. Layanan Buy Now, Pay Later (BNPL) seperti Shopee PayLater semakin diminati oleh masyarakat karena menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, namun tidak semua pengguna *e-commerce* tertarik menggunakannya. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara persepsi positif terhadap teknologi dan keputusan penggunaan aktual.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang dianalisis menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan software SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Payment Flexibility* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use* Shopee PayLater, tetapi *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Intention to Use* Shopee PayLater. Selain itu, *User Experience* terbukti memoderasi hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Intention to Use*, serta antara *Perceived Usefulness* dan *Intention to Use*, namun tidak memoderasi hubungan antara *Payment Flexibility* dan *Intention to Use*. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis terhadap pengembangan model TAM dan implikasi praktis bagi *e-commerce* dalam meningkatkan adopsi layanan digital berbasis pengalaman pengguna.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Payment Flexibility*, *Intention to Use*, *User Experience*, *Shopee PayLater*, *Technology Acceptance Model*.

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED
USEFULNESS, AND PAYMENT FLEXIBILITY ON THE SHOPEE
APPLICATION ON THE INTENTION TO USE *PAYLATER* SERVICES
AND USER EXPERIENCE AS MODERATING VARIABLES**

FILDZAH YULIANINGRUM

ABSTACT

This study aims to analyze the effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Payment Flexibility on Intention to Use Shopee PayLater services, with User Experience as a moderating variable. Buy Now, Pay Later (BNPL) services such as Shopee PayLater are increasingly in demand by the public because they offer convenience and flexibility in transactions, but not all e-commerce users are interested in using them. This shows that there is a gap between positive perceptions of technology and actual usage decisions.

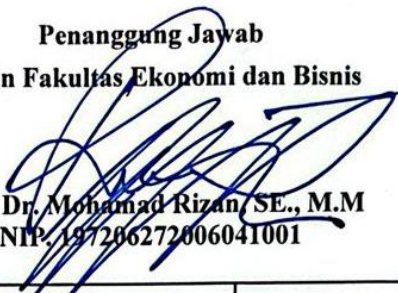
This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire with purposive sampling technique which is analyzed using the PLS-SEM method with the help of SmartPLS 4.0 software.

The results show that payment flexibility has a direct positive and significant effect on the intention to use Shopee PayLater, but perceived ease of use and perceived usefulness do not affect the intention to use Shopee PayLater. In addition, User Experience was found to moderate the relationship between Perceived Ease of Use and Intention to Use, as well as between Perceived Usefulness and Intention to Use, but did not moderate the relationship between Payment Flexibility and Intention to Use. This study provides theoretical implications for the development of the TAM model and practical implications for e-commerce in increasing the adoption of user experience-based digital services.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Payment Flexibility, Intention to Use*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan/SE., M.M NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dita Puruwita, M.Si., Ph.D NIP. 198209082010122004 (Ketua Penguji)		21-07-25
2	Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Penguji 1)		23-07-25
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		22-07-25
4	Dr. Osly Usman, M.Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		23-07-25
5	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Pembimbing 2)		23-07-25
Nama : Fildzah Yulianingrum No. Registrasi : 1707621020 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 15 Juli 2025			

F072020

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISANALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fildzah Yulianingrum

No. Registrasi : 1707621020

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Payment Flexibility* Pada Aplikasi Shopee Terhadap *Intention To Use Paylater Services* Dan *User Experience* Sebagai Variabel Moderasi

Menyatakan bahwa benar skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Jakarta apabila terbukti melakukan tindakan plagiat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2025



Fildzah Yulianingrum

NIM. 1707621020

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fildzah Yulianingrum
NIM : 1707621020
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : fildzahyulia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

Pengaruh *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Usefulness* Dan *Payment Flexibility* Pada Aplikasi Shopee Terhadap *Intention To Use Paylater Services* Dan *User Experience* Sebagai Variabel Moderasi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 8 Agustus 2025

Penulis

Fildzah Yulianingrum

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Tanpa berkat dan rahmat-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan karya ini.

Dengan penuh rasa syukur, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul "*Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness dan Payment Flexibility Pada Aplikasi Shopee Terhadap Intention to Use PayLater Services dan User Experience Sebagai Variabel Moderasi*" sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan.

Tak lupa, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Penghargaan dan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibunda Sholihah dan ayahanda Raden Muhammad Asyaduddin tercinta dengan penuh kasih dan sayangnya yang selalu tulus mendoakan tanpa henti hingga saya sampai dititik ini. Serta kakak terkasih Rifka Alfiatin Zahroh S.Pd yang selalu men-*support* dan mendorong kelancaran skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
3. Bapak Dr. Osly Usman, M.Bus dan Ibu Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan berharga.
4. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd, Bapak Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev, dan seluruh dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah tulus mengajarkan dan membimbing selama 8 semester ini.
5. Muhammad Irfan Athallah, Reza Dwi Anggara, Nadia Ulfah Z, Bridgitta Jasmine, Annisa Ghina S dan seluruh teman-teman yang senantiasa memberikan semangat, ide, dan dukungan positif.

Dalam skripsi ini, penulis berusaha meneliti Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Payment Flexibility* Pada Aplikasi Shopee Terhadap *Intention to Use PayLater Services* dan *User Experience* Sebagai Variabel Moderasi.

Penulis mengakui bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kekurangan atau kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dan pemahaman yang lebih dalam mengenai dampak teknologi digital terhadap kesehatan mental remaja. Akhir kata, penulis berharap agar karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya.

Jakarta, 09 Juni 2025

Penyusun

Fildzah Yulianingrum

NIM. 1707621020

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	15
2.1.2 Teori <i>Perceived Ease of Use</i>	16
2.1.3 <i>Perceived Usefulness</i>	19
2.1.4 <i>Payment Flexibility</i>	21
2.1.5 <i>User Experience</i>	24
2.1.6 <i>Intention to Use</i>	27

2.2	Penelitian Terdahulu.....	29
2.2.1	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (X1) Terhadap <i>Intention to Use</i> (Y)	36
2.2.2	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (X2) Terhadap <i>Intention to Use</i> (Y)	36
2.2.3	Pengaruh <i>Payment Flexibility</i> (X3) Terhadap <i>Intention to Use</i> (Y)	37
2.2.4	Pengaruh <i>User Experience</i> Terhadap <i>Intention to Use</i> (Y).....	37
2.2.5	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (X1) dan <i>User Experience</i> (M) Terhadap <i>Intention to Use</i> (Y).....	38
2.2.6	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (X2) dan <i>User Experience</i> (M) Terhadap <i>Intention to Use</i> (Y).....	39
2.2.7	Pengaruh <i>Payment Flexibility</i> (X3) dan <i>User Experience</i> (M) Terhadap <i>Intention to Use</i> (Y).....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		39
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
3.1.1	Waktu Penelitian	39
3.1.2.	Tempat Penelitian.....	40
3.2	Desain Penelitian.....	41
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.3.1	Populasi Penelitian.....	42
3.3.2	Sampel Penelitian.....	42
3.4	Pengembangan Instrumen	46
3.4.1	Definisi Konseptual.....	46
3.4.2	Definisi Operasional.....	48
3.5	Teknik Pengumpulan Data	53

3.6	Teknik Analisis Data	55
3.6.1	Deskripsi Data	55
3.6.2	Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	55
3.6.3	Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	56
3.6.4	Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Deskripsi Data	61
4.1.1	Profil Responden	61
4.1.2	Profil Data	63
4.2	Hasil Analisis Data	71
4.2.1	Uji <i>Outer Model</i>	73
4.2.2	Uji <i>Inner Model</i>	79
4.2.3	Uji Hipotesis	83
BAB V KESIMPULAN		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Implikasi	97
5.3	Keterbatasan Penelitian	98
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	99
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN-LAMPIRAN		113

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1 Pengembangan Instrumen	50
Tabel 3. 2 Bobot Skala Pengukuran <i>Likert</i>	53
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	61
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	62
Tabel 4. 4 Asal Daerah Responden	63
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Perceived Ease of Use</i> ..	63
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Perceived Usefulness</i> ...	65
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Payment Flexibility</i>	67
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>User Experience</i>	68
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel <i>Intention to Use</i>	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas <i>Convergent</i>	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Fornell Larcker</i>	76
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Reliability</i>	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>R-Square</i>	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>F-Square</i>	82
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis berdasarkan <i>Path Coefficient</i>	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna <i>e-commerce</i> di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Pengguna channel <i>e-commerce</i>	2
Gambar 1. 3 Pengguna layanan <i>PayLater</i> di Indonesia	3
Gambar 1. 4. Pengguna Layanan <i>PayLater</i> di Indonesia.....	4
Gambar 1. 5 Hasil Pra-Riset Jumlah Pengguna Shopee dan Shopee <i>PayLater</i>	6
Gambar 1. 6 Hasil Pra-Riset Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee dan Fitur Shopee <i>PayLater</i>	7
Gambar 1. 7 Hasil Pra-Riset Jumlah Kepuasan Flesibilitas Pembayaran Shopee <i>PayLater</i>	9
Gambar 2. 1 Hipotesis.....	40
Gambar 4. 5 Model hubungan Kausal Antar Variabel	72

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2. Instrumen Penelitian.....	115
Lampiran 3. Tabulasi Hasil Data Responden.....	117
Lampiran 4. Turnitin	146



Intelligentia - Dignitas