

TESIS

**PENGARUH *PERCEIVED CREDIBILITY*, *PERCEIVED BENEFIT*,
PERCEIVED ENJOYMENT DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO*
REUSE PAYLATER DI JAKARTA**



MAYA MAHARANI

1708821052

Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar

Magister Manajemen

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived credibility*, *perceived benefit*, *perceived enjoyment*, *trust* terhadap *intention to reuse* dengan *attitude toward using* sebagai mediasi pada pengguna layanan paylater. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret-Juli 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner secara online. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Secara keseluruhan data yang diperoleh sebanyak 222 dengan kriteria responden pengguna layanan paylater adalah responden yang berusia diatas 21 tahun yang telah menggunakan minimal satu kali dan berdomisili di DKI Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan *software* SPSS 27 dan AMOS 23. Hasil dari pengaruh langsung penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived credibility*, *perceived enjoyment*, *trust* memiliki hasil signifikan terhadap *attitude toward using*. Sedangkan, *perceived benefit* memiliki hasil tidak signifikan terhadap *attitude toward using*. Selanjutnya, *attitude toward using* memiliki hasil signifikan terhadap *intention to reuse*. Sedangkan, *perceived credibility*, *perceived benefit*, *perceived enjoyment*, *trust* memiliki hasil signifikan terhadap *intention to reuse* melalui *attitude toward using*.

Kata kunci: *perceived credibility*, *perceived benefit*, *perceived enjoyment*, *trust*, *attitude toward using*, *intention to reuse*.

ABSTRACT

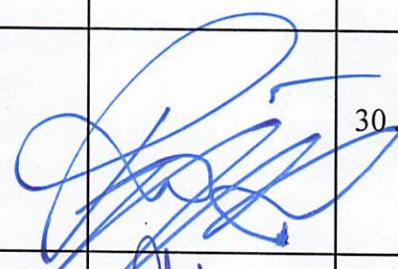
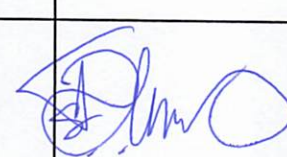
This study aims to determine the effect of perceived credibility, perceived benefit, perceived enjoyment, and trust on intention to reuse with attitude toward using as mediation for paylater service users. This research was conducted in March-July 2023. This research used a quantitative approach using primary data collected through online questionnaires. The sampling technique in this study used non-probability sampling with a purposive sampling technique. Overall, the data obtained was 222 with the criteria for respondents using the paylater service being respondents aged over 21 years who had used it at least once and were domiciled in DKI Jakarta. The data analysis technique used in this study is Structural Equation Modelling (SEM) with the help of SPSS 27 and AMOS 23 software. The results of this study indicate that the direct influence of perceived credibility, perceived enjoyment, and trust has a significant effect on attitude toward using. Perceived benefit has an insignificant effect on attitude toward using. Attitude toward using has a significant impact on intention to reuse. Meanwhile, perceived credibility, perceived benefit, perceived enjoyment, and trust have a significant effect on the intention to reuse though attitude toward using.

Keywords: perceived credibility, perceived benefit, perceived enjoyment, trust, attitude toward using, intention to reuse.

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Osly Usman, S.E., M.Bus NIP. 197410152008011008 (Ketua Sidang)		30 Juli 2025
2	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30 Juli 2025
3	Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP. 197206272006041001 (Pembimbing 2)		30 Juli 2025
4	Dr. Christian Wiradendi Wolor, SE, MM NIP. 199110182019031014 (Penguji 1)		30 Juli 2025
5	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE, MM NIP. 197206171999031001 (Penguji 2)		30 Juli 2025

Nama : Maya Maharani
No. Registrasi : 1708821052
Program Studi : S2 Magister Manajemen
Tanggal Lulus : 22 Juli 2025

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta
13220 Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

LEMBAR ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

Judul Tesis : PENGARUH *PERCEIVED CREDIBILITY*, *PERCEIVED BENEFIT*, *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO REUSE PAYLATER* DI JAKARTA
Metode Penelitian : Kuantitatif
Nama Lengkap : Maya Maharani
NIM : 1708821052
Program Studi : Magister Manajemen

1. Tesis ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Tesis ini belum di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Maya Maharani
NIM. 1708821052



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET 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 : Maya Maharani

NIM : 1708821052

Fakultas/Prodi : Magister Manajemen

Alamat email : mayaprastyo31@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 Credibility, Perceived Benefit, Perceived Enjoyment dan Trust Terhadap

Intention To Reuse Paylater di Jakarta

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, 30 Juli 2025

Penulis

(Maya Maharani)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul **“PENGARUH *PERCEIVED CREDIBILITY*, *PERCEIVED BENEFIT*, *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN *TRUST* TERHADAP *INTENTION TO REUSE PAYLATER* DI JAKARTA”**.

Penulisan tesis ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada program studi Magister Manajemen di Universitas Negeri Jakarta. Penulisan tesis ini terwujud berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan rasa hormat peneliti mengucapkan terimakasih atas masukan, saran, bahkan bantuan dalam penyelesaian penulisan tesis ini, sebagai berikut:

1. **Prof. Dr. Komarudin, M.Si**, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. **Prof. Dr Mohamad Rizan, S.E., M.M**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan saran untuk penyelesaian tesis ini
3. **Dr. Osly Usman, S.E. M.Bus**, selaku Koordinator Program Studi Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta
4. **Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D**, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, dukungan, dan saran untuk penyelesaian tesis ini
5. Yang terkasih Almarhum ayah, **Marsudi Sudarisman** dan Ibunda, **Murnihati** yang selalu mensupport dengan doa, motivasi dan semangatnya.
6. Yang tercinta, **Mas Suryoardi Prastyo, S.T, M.M** dan anakku tersayang, **Carra T. Amabel** sumber penyemangat dan selalu mensupport dengan doa serta dukungan dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Rasa hormat dan terima kasih yang mendalam kepada **Alm. Prof. Dr. Agus Dudung R, M.Pd**, **Alm. Prof. Achmad Sofyan H** dan **Dr.Linda Zakiah Komarudin, S.Pd, M.Pd** yang selalu mensupport, menyemangati dan menjadi sumber inspirasi peneliti.

8. Teman seperjuangan Pascasarjana UNJ, **Agus Al Hafid, S.E, M.M, Bella Suryani,S.M, M.M, Yeni Lindawati, Tirta Unarto, M.M** yang selalu menjadi pendukung terbaik hingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini.
9. Teman komunitas sepeda, **Pepes Peda** yang selalu memberikan semangat tanpa henti kepada peneliti.
10. Yang saya hormati, Area Head W15 (Ibu Yessy A), Pemimpin BNI KC Kramat (Bp. Bagus S), rekan Branch Business Manager dan Branch Service Manager KC Kramat serta yang saya banggakan Tim BLH yang telah mensupport saya selama ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Penelitian.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Teori Pendukung	13
2.1.1. <i>Intention to Reuse</i>	13
2.1.2. <i>Perceived Credibility</i>	15
2.1.3. <i>Perceived Benefit</i>	18
2.1.4. <i>Perceived Enjoyment</i>	21
2.1.5. <i>Trust</i>	25
2.1.6. <i>Attitude Toward Using</i>	27
2.2. Kerangka Teori dan Pengembangan Teoritis.....	30
2.2.1. <i>Perceived Credibility dan Attitude Toward Using</i>	41
2.2.2. <i>Perceived Benefit dan Attitude Toward Using</i>	42

2.2.3.	<i>Perceived Enjoyment dan Attitude Toward Using</i>	43
2.2.4.	<i>Trust dan Attitude Toward Using</i>	44
2.2.5.	<i>Attitude Toward Using dan Intention to Reuse</i>	45
2.2.6.	<i>Perceived Credibility dan Intention to Reuse melalui Attitude Toward Using</i>	46
2.2.7.	<i>Perceived Benefit dan Intention to Reuse melalui Attitude Toward Using</i>	47
2.2.8.	<i>Perceived Enjoyment dan Intention to Reuse melalui Attitude Toward Using</i>	47
2.2.9.	<i>Trust dan Intention to Reuse melalui Attitude Toward Using</i>	48
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.2.	Desain Penelitian.....	51
3.3.	Populasi dan Sampel	51
3.3.1.	Populasi.....	51
3.3.1.	Sampel.....	51
3.4.	Pengembangan Instrumen	52
3.6.1.	<i>Perceived Credibility</i>	52
3.6.2.	<i>Perceived Benefit</i>	54
3.6.3.	<i>Perceived Enjoyment</i>	55
3.6.4.	<i>Trust</i>	56
3.6.5.	<i>Attitude Toward Using</i>	57
3.6.6.	<i>Intention to Reuse</i>	58
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6.	Teknik Analisis Data.....	60
3.6.1.	Uji Validitas	60

3.6.2.	Uji Reliabilitas	61
3.6.3.	Uji Koefisien Determinasi	62
3.6.4.	Uji Struktural Model	62
3.6.5.	Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	63
3.6.6.	<i>Path Structural Equation Modelling</i>	65
3.6.7.	Uji Mediasi.....	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1.	Deskripsi Data.....	67
4.1.1.	Profil Jenis Kelamin Responden	68
4.1.2.	Profil Usia Responden	68
4.1.3.	Profil Status Pekerjaan Responden	69
4.1.4.	Profil Status Pernikahan Responden	69
4.1.5.	Profil Status Pendidikan Responden	69
4.2.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	70
4.2.1.	<i>Perceived Credibility</i>	71
4.2.2.	<i>Perceived Benefit</i>	72
4.2.3.	<i>Perceived Enjoyment</i>	74
4.2.4.	<i>Trust</i>	76
4.2.5.	<i>Attitude Toward Using</i>	77
4.2.6.	<i>Intention to Reuse</i>	79
4.3.	Uji Instrumen	81
4.3.1.	Uji Validitas	81
4.3.2.	Uji Reabilitas.....	84
4.3.3.	Koefisien Determinasi.....	85
4.3.4.	Uji Stuktural Model	86

4.4.	Uji Hasil Pengujian Hipotesis	89
4.5.	Pembahasan Uji <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	96
4.5.1.	Pengaruh <i>Perceived Credibility</i> Terhadap <i>Attitude Toward Using</i> 97	
4.5.2.	Pengaruh <i>Perceived Benefit</i> Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	99
4.5.3.	Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Attitude Toward Using</i> 101	
4.5.4.	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Attitude Toward Using</i>	103
4.5.5.	Pengaruh <i>Attitude Toward Using</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i> ..	104
4.5.6.	Pengaruh <i>Perceived Credibility</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i> melalui <i>Attitude Toward Using</i>	106
4.5.7.	Pengaruh <i>Perceived Benefit</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i> melalui <i>Attitude Toward Using</i>	108
4.5.8.	Pengaruh <i>Perceived Enjoyment</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i> melalui <i>Attitude Toward Using</i>	110
4.5.9.	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Intention to Reuse</i> melalui <i>Attitude Toward Using</i>	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		115
5.1.	Kesimpulan	115
5.2.	Implikasi Manajerial	116
5.3.	Saran.....	118
Daftar Pustaka		120
Daftar Lampiran		135

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Paylater dan Fintech Lending	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Timeline Penyelesaian Penelitian.....	50
Tabel 3.2 Tabel Factor Loading.....	52
Tabel 3.3 Indikator Perceived Credibility	53
Tabel 3.4 Indikator Perceived Benefit.....	54
Tabel 3.5 Indikator Perceived Enjoyment.....	55
Tabel 3.6 Indikator Trust.....	56
Tabel 3.7 Indikator Attitude Toward Using.....	58
Tabel 3.8 Indikator Intention to reuse	59
Tabel 3.9 Skala Likert Enam Poin	60
Tabel 3.10 Kriteria Goodness of Fit	63
Tabel 4.1 Hasil Uji Deskriptif Profil Responden.....	67
Tabel 4.2 Pertanyaan Penyaringan Responden	70
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Perceived Credibility.....	71
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskriptif Perceived Benefit	73
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Enjoyment	75
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Trust.....	76
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Attitude Toward Using.....	78
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Intention to Reuse.....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	82
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas.....	85
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Goodness of Fit Awal	87
Tabel 4.13 Hasil Uji Goodness of Fit.....	88
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	88
Tabel 4.15 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Transaksi Pengguna Layanan Paylater	6
Gambar 1.2 Lamanya Penggunaan Layanan Paylater	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	48
Gambar 3.1 Path Structural Equation Modelling	65
Gambar 4.1 Gambar Structural Equation Modelling yang Belum Fit.....	86
Gambar 4.2 Model Structural Equation Modelling yang Sudah Fit	87
Gambar 4.3 Hasil Uji Sobel Test Perceived Credibility terhadap Intention to reuse melalui Attitutde Toward Using	92
Gambar 4.4 Hasil Uji Sobel Test Perceived Benefit terhadap Intention to reuse melalui Attitutde Toward Using	93
Gambar 4.5 Hasil Uji Sobel Test Perceived Enjoyment terhadap Intention to reuse melalui Attitutde Toward Using	93
Gambar 4.6 Hasil Uji Sobel Test Trust terhadap Intention to reuse melalui Attitutde Toward Using.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	135
Lampiran 2 : Data Kuesiner	142
Lampiran 3 : Data SPSS dan AMOS	171