



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP
NIAT UNTUK MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*
MELALUI SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS
MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

IIS YULIANA
NIM : 201911033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2025**



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP
NIAT UNTUK MENGGUNAKAN SHOPEE *PAYLATER*
MELALUI SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS
MURIA KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

IIS YULIANA
201911033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2025**

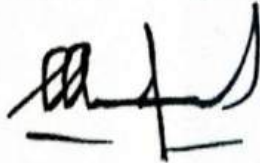
**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI
KEGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT UNTUK
MENGUNAKAN SHOPEE PAYLATER MELALUI SIKAP SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA SI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Iis Yuliana
NIM : 201911033
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 18 Februari 2025

Pembimbing I



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M)

NIDN. 0618066201

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)

NIDN. 0022038001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI
KEGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT UNTUK
MENGUNAKAN SHOPEE PAYLATER MELALUI SIKAP SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA SI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Iis Yuliana
NIM : 201911033
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

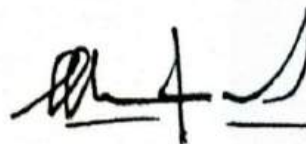
Kudus, 18 Februari 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



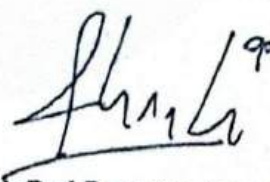
(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M)
NIDN. 0618066201

Mengetahui,



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M)
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“... Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri...”

(QS Ar-Ra’d: 11)

*“No one is coming to save me; no one is coming to make life right for me;
no one is coming to solve my problems.*

If I don’t do something, nothing is going to get better.”

(Nathaniel Branden, *The Six Pillars of Self-Esteem*)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya.”

(HR. Ahmad)

Persembahan:

1. Ibu saya tercinta yang selama ini memberikan dukungan dan doa.
2. Ayah saya yang saya sayangi.
3. Keluarga besar yang memberikan dukungan dan motivasi.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT UNTUK MENGGUNAKAN SHOPEE PAYLATER MELALUI SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA S1 UNIVERSITAS MURIA KUDUS)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, rahmat, dan ridha-Nya.
2. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
3. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
5. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M. selaku Dosen Pembimbing pertama dan Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan kerjasamanya selama perkuliahan berlangsung.
7. Seluruh responden yang merupakan mahasiswa aktif S1 Universitas Muria Kudus yang aktif menggunakan aplikasi Shopee.
8. Orang tua dan keluarga besar yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman seperjuangan yang memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan pendidikan. Semoga Allah meridhai dan membimbing setiap langkah kita menuju kebaikan.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan di dalamnya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar penulis dapat lebih baik di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif dalam bidang ilmu yang dipilih. Semoga segala kebaikan dan bantuan yang peneliti dapatkan diberikan balasan oleh Allah SWT. Aamiin.

Kudus, 18 Februari 2025

Penulis



Iis Yuliana

NIM. 201911033

**KEGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP NIAT UNTUK
MENGUNAKAN SHOPEE PAYLATER MELALUI SIKAP
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA S1 UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

IIS YULIANA
201911033

Dosen Pembimbing: 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan persepsi risiko terhadap niat untuk menggunakan Shopee *PayLater* melalui sikap sebagai variabel intervening (studi kasus pada mahasiswa S1 Universitas Muria Kudus). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Muria Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga menghasilkan 140 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan SEM AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan persepsi risiko tidak berpengaruh secara langsung terhadap niat untuk menggunakan. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap, persepsi kegunaan dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, serta sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Sikap tidak dapat memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan. Sikap mampu memediasi pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat untuk menggunakan. Sikap mampu memediasi pengaruh persepsi risiko terhadap niat untuk menggunakan.

Kata kunci : persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, sikap, niat untuk menggunakan

**THE EFFECT OF PERCEIVED EASE OF USE,
PERCEIVED USEFULNESS, AND PERCEIVED RISK ON
THE INTENTION TO USE SHOPEE PAYLATER THROUGH
ATTITUDE AS AN INTERVENING VARIABLE (CASE STUDY
ON UNDERGRADUATE STUDENTS OF MURIA KUDUS
UNIVERSITY)**

IIS YULIANA
201911033

Advisor : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk on the intention to use Shopee PayLater through attitude as an intervening variable (case study of undergraduate students at Muria Kudus University). This research uses quantitative methods. The population in this study were undergraduate students of Muria Kudus University. The sampling technique used purposive sampling resulting in 140 respondents. The data collection method in this study used a questionnaire. Data analysis using SEM AMOS 24. The results showed that perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk had no direct effect on intention to use. Perceived ease of use has no effect on attitude, perceived usefulness and perceived risk have a positive and significant effect on attitude, and attitude has a positive and significant effect on intention to use. Attitude cannot mediate the effect of perceived ease of use on intention to use. Attitude is able to mediate the effect of perceived usefulness on intention to use. Attitude is able to mediate the effect of perceived risk on intention to use.

Keywords: *perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, attitude, intention to use risk, attitude, i ntention to use*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Ruang Lingkup	14
1.3. Perumusan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	18
1.5.2. Manfaat Praktis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	19
2.2. Niat Untuk Menggunakan	20
2.2.1. Definisi Niat untuk Menggunakan	20
2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan.....	22
2.2.3. Indikator Niat untuk Menggunakan.....	23
2.3. Sikap	26
2.3.1. Definisi Sikap	26
2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap	27

2.3.3. Indikator Sikap	28
2.4. Persepsi Kemudahan Penggunaan	30
2.4.1. Definisi Persepsi Kemudahan Penggunaan	30
2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	31
2.4.3. Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	32
2.5. Persepsi Kegunaan.....	34
2.5.1. Definisi Persepsi Kegunaan.....	34
2.5.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kegunaan	36
2.5.3. Indikator Persepsi Kegunaan.....	37
2.6. Persepsi Risiko	38
2.6.1. Definisi Persepsi Risiko	38
2.6.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Risiko.....	40
2.6.3. Indikator Persepsi Risiko.....	41
2.7. Teori Pengaruh Antar Variabel.....	44
2.7.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat untuk Menggunakan	44
2.7.2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat untuk Menggunakan	45
2.7.3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat untuk Menggunakan	46
2.7.4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap.....	46
2.7.5. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap	47
2.7.6. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Sikap	48
2.7.7. Pengaruh Sikap Terhadap Niat untuk Menggunakan	48
2.8. Penelitian Terdahulu.....	49
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	54
2.10 Hipotesis.....	55
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1. Rancangan Penelitian	56
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	56
3.2.1. Variabel Penelitian	56
3.2.2. Definisi Operasional Variabel	58

	Halaman
3.3. Jenis dan Sumber Data	65
3.3.1. Jenis Data.....	65
3.3.2. Sumber Data	65
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	66
3.5. Teknik Pengumpulan Data	68
3.6. Uji Instrumen Penelitian.....	70
3.6.1. Uji Validitas.....	70
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	72
3.7. Pengolahan Data.....	72
3.8. Analisis Data	74
3.9. Uji Hipotesis	83
3.10 Uji Mediasi.....	83
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	85
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85
4.2. Uji Instrumen Penelitian.....	86
4.2.1. Uji Validitas.....	86
4.2.1.1. Uji Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	86
4.2.1.2. Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	87
4.2.1.3. Uji Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>)	88
4.2.2. Uji Reliabilitas.....	89
4.3. Analisis Data	89
4.3.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	89
4.3.1.1. Karakteristik Responden.....	89
4.3.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	91
4.3.2. Analisis Statistik Inferensial.....	96
4.3.2.1. Uji Normalitas Data.....	96
4.3.2.2. Uji <i>Outlier</i>	97
4.3.2.3. Analisis Faktor Konfirmatori	98
4.3.2.4. Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement Model</i>	113
4.3.2.5. Analisis SEM <i>Full Model</i>	116

	Halaman
4.3.2.6. Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	117
4.3.2.7. Uji Hipotesis	119
4.3.2.8. Uji Mediasi	123
4.4. Pembahasan	124
4.4.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat untuk Menggunakan Shopee <i>PayLater</i>	124
4.4.2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat untuk Menggunakan Shopee <i>PayLater</i>	125
4.4.3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat untuk Menggunakan Shopee <i>PayLater</i>	126
4.4.4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap	127
4.4.5. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Sikap	128
4.4.6. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Sikap	129
4.4.7. Pengaruh Sikap Terhadap Niat untuk Menggunakan	130
4.4.8. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat untuk Menggunakan Shopee <i>PayLater</i> Melalui Sikap	131
4.4.9. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Niat untuk Menggunakan Shopee <i>PayLater</i> Melalui Sikap	131
4.4.10. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat untuk Menggunakan Shopee <i>PayLater</i> Melalui Sikap	132
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
5.1. Kesimpulan	134
5.2. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN-LAMPIRAN	145

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. <i>Goodness of Fit Index</i>	82
4.1. Hasil Uji Validitas Konvergen	86
4.2. Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	87
4.3. Hasil Uji Validitas Diskriminan	88
4.4. Hasil Uji <i>Construct Reliability</i>	89
4.5. Karakteristik Responden	90
4.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan	92
4.7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Kegunaan	93
4.8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Risiko	93
4.9. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Sikap	94
4.10. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat untuk Menggunakan	95
4.11. Hasil Uji Normalitas	96
4.12. Hasil Uji <i>Outlier</i>	97
4.13. Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	99
4.14. <i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan ..	99
4.15. Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Ke-1	101
4.16. <i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Ke-1	101
4.17. Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Ke-2	103
4.18. <i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Ke-2	103
4.19. Modification Indices Variabel Eksogen	104
4.20. Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Ke-3	105

4.21.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan..	106
4.22.	<i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	107
4.23.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Ke-1.....	108
4.24.	<i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Ke-1.....	109
4.25.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Ke-2.....	110
4.26.	<i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Ke-2.....	111
4.27.	Modification Indices Variabel Endogen	111
4.28.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Ke-3.....	112
4.29.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Index Full Measurement Model</i> Sebelum Perbaikan.....	114
4.30.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Index Full Measurement Model</i> Sesudah Perbaikan.....	115
4.31.	Evaluasi <i>Goodness of Fit Index Full Model</i>	117
4.32.	<i>Standardized Regression Weight</i>	117
4.33.	Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	119
4.34.	<i>Regression Weight</i>	120
4.35.	Hasil Uji Hipotesis	120
4.36.	Hasil Uji Mediasi	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Metode Pembayaran Digital yang Biasa Digunakan untuk Belanja Online 2024	4
1.2. Layanan <i>PayLater</i> Paling Terkenal dan Paling Sering Digunakan di Indonesia	5
1.3. Metode Pembayaran yang Paling Sering Digunakan Mahasiswa Universitas Muria Kudus	8
1.4. Alasan Mahasiswa Belum Menggunakan <i>PayLater</i>	9
1.5. Rencana Mahasiswa Menggunakan <i>PayLater</i>	9
2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	54
3.1. Pengembangan Diagram Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	76
4.1. <i>Output</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	98
4.2. <i>Output</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Pertama.....	100
4.3. <i>Output</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Kedua	102
4.4. <i>Output</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Ketiga	105
4.5. <i>Output</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	102
4.6. <i>Output</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Pertama	108
4.7. <i>Output</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Kedua.....	110
4.8. <i>Output</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Ketiga.....	112
4.9. <i>Full Measurement Model</i> Sebelum Perbaikan	113
4.10. <i>Full Measurement Model</i> Sesudah Perbaikan.....	115
4.11. <i>Structural Equation Modelling (SEM) Full Model</i>	116