

**Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Manfaat Penggunaan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Universitas Bung Hatta**

Fini Aulia Rahmi<sup>1</sup> Rika Desiyanti<sup>2</sup>

Mahasiswa dan Dosen Program Studi S1 Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta  
Email : (1) [rahmifiniaulia@gmail.com](mailto:rahmifiniaulia@gmail.com) (2) [rikadesiyanti@bunghatta.ac.id](mailto:rikadesiyanti@bunghatta.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan persepsi resiko terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Universitas Bung Hatta. Variabel yang diteliti meliputi literasi keuangan (X1), kemudahan penggunaan (X2), manfaat penggunaan (X3) dan persepsi resiko (X4) sebagai variabel independen, serta minat penggunaan (Y) sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Bung Hatta Angkatan 2021-2024. Sampel yang diambil 114 orang responden dengan menggunakan metode Proportionate Stratified Random Sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Smart PLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan, manfaat penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dan persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Manfaat Penggunaan, Persepsi Resiko

**The Influence of Financial Literacy, Ease of Use, Benefits of Use, and Perceived Risk on Interest in Using Shopee PayLater among Bung Hatta University Students**

Fini Aulia Rahmi<sup>1</sup> Rika Desiyanti<sup>2</sup>

Students and Lecturers of the Undergraduate Management Program  
Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University  
e-mail : (1) [rahmifiniaulia@gmail.com](mailto:rahmifiniaulia@gmail.com) (2) [rikadesiyanti@bunghatta.ac.id](mailto:rikadesiyanti@bunghatta.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the influence of financial literacy, ease of use, benefits of use, and risk perception on the interest in using Shopee PayLater among Bung Hatta University students. The variables studied include financial literacy (X1), ease of use (X2), benefits of use (X3), and risk perception (X4) as independent variables, and interest in use (Y) as the dependent variable. The population in this study were Bung Hatta University students from the 2021-2024 intake. A sample of 114 respondents was taken using the Proportionate Stratified Random Sampling method. The analysis technique used was Smart PLS 3. The results of this study indicate that financial literacy has a positive effect on interest in use, ease of use has a positive effect on interest in use, benefits of use has a positive effect on interest in use, and risk perception has no effect on interest in use.*

**Keywords:** *Financial Literacy, Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi adalah perkembangan internet yang sangat pesat yang dapat dirasakan saat ini. Salah satu bidang yang terdampak dan terjadi perubahan adalah sektor ekonomi dan bisnis. Teknologi keuangan merupakan inovasi di sektor keuangan yang fokusnya pada teknologi modern. Akibat perubahan-perubahan tersebut, muncul sebuah fenomena baru, yaitu keuangan yang dahulu bersifat konvensional berubah menjadi digital. Fenomena ini disebut dengan finansial teknologi (Soleha & Hidayah, 2022). Teknologi keuangan pun kini telah mengembangkan suatu inovasi baru yang belum terlalu lama muncul yakni PayLater. PayLater adalah layanan yang ditawarkan oleh beberapa penyedia teknologi keuangan atau bank, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dalam jangka waktu tertentu dan salah satu platform yang menawarkan layanan ini adalah Shopee (Rum & Paramitalaksmi, 2024)

Literasi keuangan adalah rangkaian proses untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, keyakinan konsumen sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi lebih baik. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang, semakin tinggi juga minat seseorang untuk menggunakan aplikasi keuangan yang berbasis teknologi (Soleha & Hidayah, 2022). Kemudahan merupakan teknologi informasi yang mudah untuk dipahami dan digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Dimana semakin besar kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat maka minat untuk menggunakan juga akan semakin besar (Canestren & Saputri, 2021).

Manfaat penggunaan adalah sejauh mana seseorang mempercayai penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Seseorang akan menggunakan sebuah teknologi jika dirasa memiliki manfaat bagi dirinya. Sebaliknya, jika seseorang merasa sebuah teknologi tidak memiliki manfaat, maka tidak akan menggunakan teknologi tersebut (Rodiah & Melati, 2020). Persepsi resiko adalah dimana ketika hendak membeli konsumen akan mempertimbangkan resiko yang akan terjadi. (Ikhsani et al., 2021). Penelitian ini juga memiliki perspektif baru dengan menguji pengaruh dari literasi keuangan, kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, dan persepsi resiko terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. Sementara penelitian sebelumnya seringkali hanya fokus pada beberapa variabel saja. Penelitian ini berupaya menjawab keterbatasan dengan menyajikan analisis yang lebih komprehensif dari keempat variabel tersebut.

Ini tak terlepas dari minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut. Minat Penggunaan merupakan preferensi seseorang yang didorong oleh keinginannya untuk menggunakan suatu produk barang ataupun jasa guna memenuhi kebutuhannya. Minat berarti kecenderungan serta kegairahan yang besar ataupun kemauan yang besar terhadap sesuatu. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat muncul dari dalam pikiran yang kemudian dapat ditampakkan di luar sebagai suatu tindakan.

## KAJIAN LITERATUR

### 1. TAM

(TAM) merupakan suatu model penelitian yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 yang menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penerimaan teknologi. TAM sudah menjadi model yang lumrah dalam memprediksi penggunaan suatu sistem karena memuat variabel-variabel yang menunjukkan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi. Menurut penerimaan teknologi (TAM) digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Davis (1986) yang dikembangkan dari teori *reasond action* (TRA) (Davis, 1989). TAM berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan

oleh dua konstruk persepsi *ease of use* dan persepsi *usefulness*.

Keduanya mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan. Pengguna teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik itu sistem mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pemakai merasa bahwa sistem ini berguna (Azkiya & Labibah, 2023)

Pengguna teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) tetapi tidak sebaliknya. Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika bermanfaat baik itu sistem mudah digunakan atau tidak mudah digunakan. Sistem yang sulit digunakan akan tetap digunakan jika pemakai merasa bahwa sistem ini berguna (Azkiya & Labibah, 2023)

## 2. Minat Penggunaan

Minat merupakan suatu fenomena psikologis yang memperlihatkan fokus ketertarikan terhadap objek tertentu dikarenakan adanya rasa bahagia. Minat penggunaan sebuah teknologi dapat diartikan seperti hasrat atau kesungguhan dari seseorang untuk menggunakan teknologi. Minat memperlihatkan bagaimana seseorang berusaha keras dan mencoba (Maharani et al., 2023). Minat penggunaan adalah suatu keinginan seseorang atau alasan untuk melakukan perilaku tertentu jika mempunyai keinginan yang kuat untuk melakukannya. Minat penggunaan merupakan timbulnya kecenderungan pada pengguna untuk menggunakan sesuatu (Ningsih et al., 2023). Minat penggunaan merupakan situasi seseorang sebelum melakukan tindakan. Terjadinya minat apabila seseorang menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya kemudian timbul dorongan atau keinginan untuk menggunakannya (Rahmawati & Rosa, 2023). Minat penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan sebagai alat pembayaran. Berdasarkan penjelasan diatas maka secara sederhana minat penggunaan merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan sebagai alat pembayaran (Rodiah & Melati, 2020)

**Indikator pengukuran** : Menurut (Davis, 1989) yaitu akan bertransaksi, akan merekomendasikan, akan terus menggunakan

## 3. Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang efektif dengan menggunakan sumber daya yang mereka miliki (Fardani et al., 2024). Literasi keuangan yaitu rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik (Soleha & Hidayah, 2022). Literasi keuangan diartikan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan, dan rasa percaya diri yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan. Masyarakat luas tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga keuangan dan produk keuangan saja, tetapi juga dapat mengubah atau meningkatkan perilaku pengelolaan keuangan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka (Desiyanti et al., 2025)

**Indikator pengukuran :** menurut Chen dan Volpe (1998), yaitu pengetahuan dasar, pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, pengelolaan tabungan dan investasi, manajemen risiko

#### **4. Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan penggunaan adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Dimana jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007). Jika seseorang memiliki rasa percaya terhadap suatu teknologi bahwa teknologi tersebut mudah digunakan maka individu tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, jika individu tidak memiliki rasa percaya terhadap teknologi baru maka individu tersebut tidak akan menggunakannya. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Pengguna atau seseorang yang menganggap suatu sistem informasi mudah digunakan maka akan menggunakan sistem tersebut, sebaliknya jika suatu sistem informasi dirasa sulit digunakan maka pasti tidak akan menggunakan suatu sistem informasi tersebut (Taan, 2021)

**Indikator pengukuran :** menurut Davis (1989) yaitu mudah dipelajari, Sistem mudah dijalankan, Sistem jelas dan mudah dimengerti, Fleksibel.

#### **5. Manfaat Penggunaan**

Persepsi manfaat yaitu sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu dimana tingkat pengguna percaya bahwa menggunakan teknologi atau suatu sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja (Kurniawan et al., 2023). Manfaat merupakan tingkat dimana seseorang beranggapan bahwa dengan menggunakan suatu teknologi informasi akan meningkatkan kinerjanya (Atieq & Nurpiani, 2022). Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut memberikan manfaat yang signifikan. Sebaliknya jika seseorang merasa bahwa teknologi tersebut tidak memberikan manfaat yang cukup, maka mereka tidak akan menggunakannya. Adapun manfaat adalah keuntungan yang didapat dalam menggunakan fungsi dan fitur dari teknologi tersebut (Algifari, 2023)

Manfaat penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya secara sederhana manfaat penggunaan adalah keyakinan pengguna sistem informasi mengenai manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna sistem pembayaran elektronik banyak diminati karena memiliki banyak manfaat seperti pembayaran yang mudah karena hanya menggunakan telepon genggam dapat melakukan berbagai macam transaksi (Rodiah & Melati, 2020)

**Indikator pengukuran :** menurut Bangsa dan Khumaeroh (2023) yaitu mempermudah transaksi pembayaran, mempercepat transaksi pembayaran, memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi, memberikan rasa aman ketika sedang melakukan transaksi pembayaran, meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran

## 6. Persepsi Resiko

Resiko yang dipersepsikan didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika Mereka tidak mampu melihat kemungkinan yang akan terjadi dari keputusan pembelian yang dilakukan. Sebelum memilih suatu produk atau layanan, konsumen tentu akan mempertimbangkan resiko dari penggunaan produk atau layanan tersebut. Sama halnya dengan penggunaan Fintech, konsumen tentu akan memutuskan menggunakan layanan berbasis transaksi online atau tidak, mengingat risiko yang mungkin dihadapi begitu tinggi (Nurdin et al., 2020). Persepsi resiko menunjuk pada rasa ketidakpastian yang dialami oleh konsumen saat memutuskan untuk melakukan pembelian melalui online. Dalam konteks transaksi online, individu akan cenderung untuk melihat resiko yang mungkin akan muncul dari transaksi yang akan dilakukan.

**Indikator pengukuran :** menurut Nurdin et al. (2020).risiko psikologi (*psychological risk*), risiko keuangan (*financial risk*), risiko kinerja (*functional risk*), risiko fisik (*physical risk*), risiko sosial (*social risk*), risiko waktu (*time risk*)

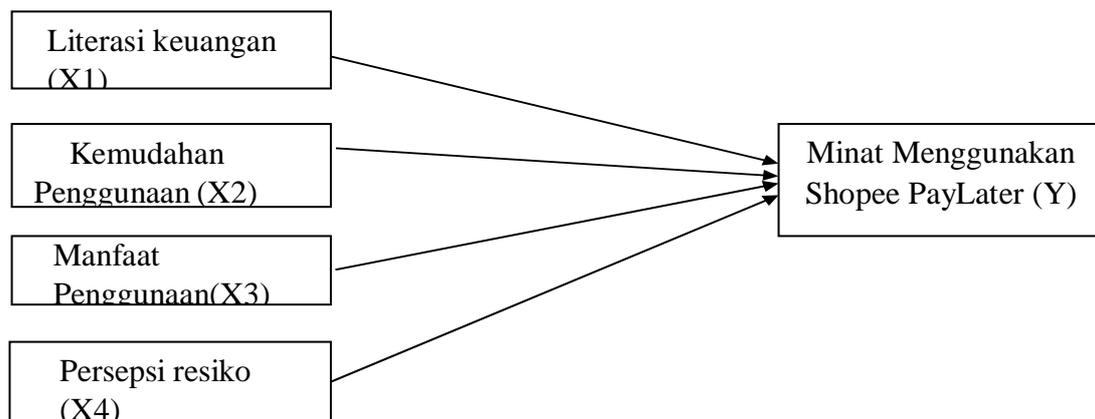
### Pengembangan hipotesis

**H1 :** Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater

**H2 :** Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater

**H3 :** Manfaat penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater

**H4 :** Persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Strata 1 (S1) Universitas Bung Hatta Angkatan 2021-2024 sebanyak 4.642 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan jenis *Proportionate Stratified Random Sampling*.

Instrumen penelitian berupa kuisioner dengan skala likert lima. Analisis data dilakukan menggunakan metode SMART-PLS 3, meliputi *Measurement Model Assessment* (*validitas konvergen* dan *diskriminan*) dan *Structural Model Assessment* (pengujian hipotesis).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 114 responden mahasiswa Universitas Bung Hatta, diperoleh hasil pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan memiliki *original sample* 0,442 (bertanda positif), *T statistic* 5,112 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,000 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan memiliki *original sample* 0,185 (bertanda positif), *T statistic* 2,269 (besar dari 1,96) dan *P values* 0,024 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Pengaruh manfaat penggunaan terhadap minat penggunaan memiliki *original sample* 0,314 (bertanda positif), *T statistic* 2,956 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,003 (kecil dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa manfaat penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Pengaruh persepsi resiko terhadap minat penggunaan memiliki *original sample* -0,055 (bertanda negatif), *T statistic* 0,516 (kecil dari 1,96) dan *P values* 0,606 (besar dari 0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

### Profil Responden

Demografi	Kategori	Jumlah (orang)	Presentase (100%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	37	32,5
	Perempuan	77	67,5
Total		114	100,0
Fakultas	FEB	24	21,0
	FH	18	15,8
	FIB	6	5,3
	FKIP	28	24,6
	FPIK	4	3,5
	FTI	16	14,0
	FTSP	18	15,8
Total		114	100%
Pengeluaran Perbulan	<Rp 1.000.000	36	31,6
	Rp 1.000.000-Rp 2.000.000	55	48,2
	Rp 2.000.000-Rp 3.000.000	19	16,7
	Rp 3.000.000-Rp 4.000.000	0	0
	>Rp 5.000.000	4	3,5
Total		114	100,0
Tahun Angkatan	2021	40	35,1
	2022	39	34,2
	2023	20	17,5
	2024	15	13,2
Total		114	100,0

### Hasil Analisis Structural Model Assessment

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Keputusan
Kemudahan penggunaan -> Minat penggunaan	0,185	2,269	0,024	H1 Diterima
Literasi Keuangan -> Minat penggunaan	0,442	5,112	0,000	H2 Diterima
Manfaat penggunaan -> Minat penggunaan	0,314	2,956	0,003	H3 Diterima
Persepsi resiko -> Minat penggunaan	-0,055	0,516	0,606	H4 Ditolak

### Pembahasan

Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Bung Hatta dikarenakan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi seperti tingkat pemahaman mahasiswa dalam pengelolaan keuangan yang baik, kemampuan merek dalam membuat batasan penggunaan yang sesuai rencana keuangan, serta kesadaran akan pentingnya membayar tagihan tepat waktu. Literasi keuangan yang baik ini mampu mempengaruhi minat mahasiswa menjadi lebih terarah dan bertanggungjawab dalam menggunakan Shopee PayLater. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, penelitian dari Hikmawati et al. (2024), yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. Didukung juga oleh penelitian dari Lestari dan Kartika (2024) Pemahaman keuangan yang baik akan membuat individu mendapat kepastian keuangan dimasa mendatang serta dapat mengelola tagihan kredit dengan baik.

Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Bung Hatta. Hal ini dikarenakan persepsi mahasiswa yang menilai bahwa *fintech payment paylater* sangat jelas dan mudah, serta mampu memudahkan kehidupan sehari-hari dan tidak rumit dipahami. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, penelitian dari Nelvina dan Prima (2025), yang menyatakan bahwa fitur kemudahan Shopee PayLater menarik minat mahasiswa. Didukung juga oleh Umayah dan Rahmayanti (2024) yang menyatakan bahwa kemudahan layanan memengaruhi minat mahasiswa menggunakan Shopee PayLater, Ini berarti semakin mudah platform tersebut dioperasikan, semakin besar kecenderungan pengguna untuk mengadopsinya.

Manfaat penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Bung Hatta. Hal ini dikarenakan persepsi mahasiswa yang menilai bahwa Shopee PayLater mempermudah transaksi saat berbelanja di Shopee, serta kemampuan dalam mempercepat dan membuat efisien proses pembayaran. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu, penelitian dari Rizqiyah dan Reviandani (2025) bahwa seseorang semakin membutuhkan manfaat dari pinjaman yang diberikan maka akan lebih berpengaruh terhadap tinggi minat seseorang untuk menggunakan Shopee PayLater. Didukung juga oleh penelitian Siregar et al. (2023) dimana persepsi manfaat didefinisikan sebagai keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi resiko tidak memiliki pengaruh

terhadap minat penggunaan Shopee PayLater di kalangan mahasiswa Universitas Bung Hatta tersebut tidak menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Persepsi risiko, seperti kekhawatiran psikologis terkait penyesalan dan pengeluaran tidak terkontrol, serta risiko teknis seperti gangguan sistem, ternyata tidak cukup kuat untuk menghalangi minat mereka. Dengan kata lain, mahasiswa cenderung kurang memedulikan risiko yang ada.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya memberikan bukti yang empiris bahwa pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan persepsi resiko terhadap minat penggunaan yang diteliti kepada 114 responden pada mahasiswa Universitas Bung Hatta maka dapat diajukan kesimpulan. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada mahasiswa Universitas Bung Hatta, kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada mahasiswa Universitas Bung Hatta. Selanjutnya manfaat penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada mahasiswa Universitas Bung Hatta dan persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan pada mahasiswa Universitas Bung Hatta.

## **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan saran dan keterbatasan dalam penelitian ini, Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Universitas Bung Hatta, sehingga hasil penelitian ini belum dapat berlaku untuk mahasiswa pada universitas lainnya. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang dapat mengujikan seluruh mahasiswa di universitas selain universitas Bung hatta. Penelitian ini menggunakan 4 variabel X yaitu literasi keuangan, kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan persepsi resiko. Sedangkan untuk variabel Y adalah minat penggunaan. Dengan demikian disarankan bagi penelitian yang akan datang untuk dapat menguji terkait dengan variabel lain yang mempengaruhi minat penggunaan pada mahasisw

### Daftar pustaka

- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 401–423. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.109>
- Azkiya, S. R., & Labibah, L. (2023). Analisis Penerimaan Aplikasi Ikalsel Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*, 14(1), 21–31. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol14.iss1.art3>
- Bangsa, J. R., & Khumaeroh, L. L. (2023). The Effect of Perceived Benefits and Ease of Use on the Decision to Use ShopeePAY QRIS on Digital Business Students of Ngudi Waluyo University. *Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 62–67. <http://jibaku.unw.ac.id>
- Canestren & Saputri. (2020). *14958-Article Text-29272-1-10-20210728. 1*.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Desiyanti, R., Islamiati, F., Fitria, R., Moreno, K., & Sari, J. N. (2025). *EFFECT OF FINANCIAL LITERACY, RISK PERCEPTION, AND FINANCIAL ATTITUDE ON INVESTMENT DECISIONS OF MILLENNIAL GENERATION*. 13, 505–521.
- Fardani, F. E., Suadiardhita, I. K. R., & Sebayang, K. D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kegunaan dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan QRIS pada Pelaku UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 487–496. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi->
- Hikmawati, N., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater Pada Generasi Milenial. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 7464–7477. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Ikhsani, K., Catur Widayati, C., & Endah Retno Wuryandari, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Promosi, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pasca Covid-19. *Jurnal Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 81–90. <https://doi.org/10.52909/jbemk.v1i1.31>
- Kurniawan, A., Suyanto, S., & Nuraini, R. A. (2023). Pengujian Efektivitas dan Kemudahan Penggunaan Financial Technology Terhadap Kinerja UMKM. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 26(2), 363–376. <https://doi.org/10.35591/wahana.v26i2.858>
- Lestari, R. M., & Kartika, E. (2024). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Paylater Pada Generasi Z Di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 9(2), 2024–2659.
- Maharani, N. I., Arsa, & Noor, F. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Gaya Hidup Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi. *Jurnal Sains Student Research*, 1(2), 130–143. <https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.120>
- Nelvina, Z., & Prima, A. P. (2025). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater Pada Mahasiswa Akuntansi. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(2), 137–148. <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v7i2.9620>
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020).

- Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. In *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://www.bi.go.id>
- Pendapatan, D. A. N., & Terhadap, G. Z. (2023). *KECAMATAN TAMBUN SELATAN*. 2(November), 3218–3231.
- Rahmawati, M., & Rosa, A. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1395–1406. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3785>
- Rizqiyah, F., & Reviandani, W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Manfaat, dan Pendapatan terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater di Platform Shopee pada Kabupaten Gresik. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(8). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i8.5003>
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Rum, N. N., & Paramitalaksmi, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Pada Minat Penggunaan Shopee Paylater (Spaylater) (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2020). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(6), 1019–1026.
- Siregar, W. S. S., Nasution, A. I. L., & Nurwani. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko-Winda Suciani et al.* 4(4), 44–56.
- Soleha, E., & Hidayah, Z. Z. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Generasi Millenial Dalam Menggunakan Dompot Digital (ShopeePay)*. 3(2), 312–316. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.505>
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 89. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v8i1.19502>
- Umayah, S., & Rahmayanti, S. (2024). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Minat Berbelanja Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau. *Economics Accounting and Business Journal*, 4(1), 73–78.