



Perbandingan Penggunaan SPaylater Di Kalangan Konsumen Berdasarkan Demografi: Generasi, Jenis Kelamin, Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan

Shintia Reahel Sitompul*, Rita Anggeriani, Sellen, Adellia Nur'asyah, Veronica Vitara Sutejo, Muvlika Yulin Siptiani, Evelyn Aprillya, Lisa Pebriani, Siti Kusnul Khotimah, Mayer Dani Sitompul, Steve Sun Sandy Richardy

Universitas Katolik Musi Charitas

Abstrak: Penelitian dilakukan dengan tujuan mengetahui ada tidaknya perbedaan yang signifikan dalam penggunaan SPayLater dengan variabel demografi (generasi, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan). Metode kuantitatif sebagai metode dalam penelitian, serta menggunakan desain komparatif untuk menganalisis perbedaan tersebut. Hasilnya tidak ada perbedaan signifikan penggunaan SPayLater antara generasi milenial dan generasi Z, kelompok berpendapatan rendah dan tinggi, serta tingkat pendidikan rendah dan tinggi. Namun, ada perbedaan signifikan penggunaan SPayLater antara laki-laki dan perempuan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi dan konteks penelitian, termasuk melihat perbedaan penggunaan SPayLater berdasarkan lokasi geografis antara perkotaan dan pedesaan, membandingkan penggunaan SPayLater dengan layanan serupa dari penyedia lain, serta memperluas variabel menggunakan faktor lain yang mungkin mempengaruhi penggunaan SPayLater.

Kata Kunci : Generasi, Jenis Kelamin, Pendapatan, Tingkat Pendidikan, SPaylater

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jampk.v2i1.463>

*Correspondence: Shintia Reahel

Sitompul

Email: shintiareahels@gmail.com

Received: 12-07-2024

Accepted: 13-08-2024

Published: 15-09-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The study was conducted with the aim of determining whether there are significant differences in the use of SPayLater with demographic variables (generation, gender, income, and education level). Quantitative methods as a method in the study, and using a comparative design to analyze these differences. The results showed that there was no significant difference in the use of SPayLater between millennials and generation Z, low and high income groups, and low and high education levels. However, there is a significant difference in the use of SPayLater between men and women. Further researchers are advised to expand the location and context of the study, including looking at differences in the use of SPayLater based on geographic location between urban and rural, comparing the use of SPayLater with similar services from other providers, and expanding variables using other factors that may affect the use of SPayLater.

Keywords: Generation, Gender, Income, Education Level, SPaylater

Pendahuluan

Teknologi yang berkembang membuat inovasi pada era digital, salah satunya industri keuangan yaitu financial technology atau fintech. Fintech merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan inovasi dalam industri jasa keuangan yang telah ada di Indonesia selama beberapa tahun. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengemukakan fintech merupakan suatu terobosan dalam jasa keuangan dengan memaksimalkan penggunaan

teknologi. Fintech menghadirkan proses transaksi canggih dan nyaman. Ragam inovasi dilakukan fintech dan e-commerce, seperti membentuk pembayaran online secara kredit berupa paylater. Adanya fitur PayLater membuat sistem transaksi online menjadi semakin praktis. Laporan Populix mengungkap Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending & Paylater Adoption Oktober 2023, Shopee PayLater sebagai layanan paylater tertinggi.

E-commerce shopee menyediakan berbagai metode pembayaran salah satunya adalah SPayLater. SPayLater adalah metode pembayaran Beli Sekarang, Bayar Nanti oleh PT Commerce Finance pada aplikasi Shopee. SPayLater memudahkan transaksi kredit dengan cicilan 1, 3, 6 atau 12x dengan limit pinjaman Rp.750.000 - Rp.50.000.000; limit dapat dinaikkan sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku. Bunga pinjaman 2,95% per bulan dan bagi yang telat membayar berlaku tarif denda sebesar 5 % per bulan dari keseluruhan tagihan (Respati & Djumena, 2023). Konsumen dapat membeli barang yang mereka butuhkan dengan Paylater, yang memungkinkan mereka untuk mencicil dan pembayaran pinjaman sepenuhnya saat tenggat waktu tercapai (Zaelani, 2023).

Fenomena penelitian ini adalah tentang penggunaan fintech, khususnya metode pembayaran SPayLater, dan bagaimana penggunaannya bervariasi berdasarkan demografi seperti generasi, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Meskipun popularitas SPayLater meningkat, masih belum banyak informasi yang mengungkapkan variasi penggunaan SPayLater ini di antara berbagai kelompok demografis. Beberapa penelitian terdahulu menyoroti perbedaan penggunaan SPayLater berdasarkan generasi, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Ditemukan bahwa Generasi Z lebih cenderung melakukan pembelian impulsif dengan SPayLater dibandingkan dengan Generasi Milenial. Secara khusus, perempuan mungkin menjadi kelompok yang paling banyak menggunakan SPayLater di antara mahasiswa. Selain itu, pendapatan juga telah terbukti memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan SPayLater. Namun, terdapat perbedaan dalam penelitian terdahulu mengenai penggunaan SPayLater berdasarkan tingkat pendidikan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan diploma, sarjana, dan pascasarjana memiliki persentase pengguna SPayLater yang lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pendidikan non-sarjana. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa penggunaan SPayLater lebih tinggi pada tingkat pendidikan non-sarjana dibandingkan dengan sarjana atau pascasarjana.

Penting untuk dicatat bahwa penelitian tersebut hanya terfokus pada mahasiswa dan tidak memberikan gambaran tentang penggunaan paylater di luar lingkungan mahasiswa. Untuk memperoleh pengetahuan komprehensif tentang penggunaan PayLater. Peneliti menyimpulkan penelitian ini membahas mengenai pemahaman terhadap perbedaan preferensi, kebutuhan, dan perilaku konsumen dari berbagai kelompok demografi akan membantu dalam mengevaluasi apakah SPayLater sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen secara keseluruhan ataukah terdapat perbedaan signifikan antara kelompok demografis tersebut.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian dengan desain komparatif guna mengetahui ada tidaknya perbedaan signifikan penggunaan SPayLater berdasarkan generasi, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Pola penggunaan SPayLater dikalangan konsumen dengan mempertimbangkan perbedaan generasi, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Ini akan mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor demografi tersebut memiliki perbedaan perilaku konsumen dalam menggunakan layanan SPayLater. Penelitian ini tidak hanya berfokus pada aspek penggunaan SPayLater secara umum, tetapi juga menggali lebih dalam mengenai peran faktor-faktor demografi dalam membentuk perilaku konsumen.

Jenis dan Sumber Data

Data primer, berupa kuesioner dibagikan langsung kepada responden berkaitan butir pernyataan dari masing-masing indikator. Sumber data yaitu konsumen pengguna fitur SPayLater.

Populasi

Populasi terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini populasi merujuk kepada individu secara aktif pengguna e-commerce shopee yang menggunakan fitur SPayLater untuk berbagai transaksi seperti belanja online, pembayaran tagihan, dan transaksi di toko fisik, dan lain-lain. Dan yang tinggal di wilayah bukit kecil, peneliti memilih populasi ini sebagai fokus penelitian karena ingin memahami perilaku penggunaan dari pengguna fitur SPayLater khususnya di wilayah tersebut.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel terdiri atas beberapa anggota populasi. Karena sampel penelitian tidak diketahui jumlah pastinya, sehingga pendapat (Sugiyono, 2023) menyatakan bahwa jumlah sampel penelitian sebaiknya berjumlah 30-500 responden. Jumlah dipakai ialah 125 responden. Teknik non-probability sampling dan purposive sampling dipakai karena sampel harus memiliki kriteria menggunakan SPayLater bertransaksi seperti belanja online, pembayaran tagihan dan transaksi di toko fisik, dan lain-lain. Teknik purposive bertujuan mendapatkan sampel sesuai kebutuhan dan diharapkan sudah dapat mewakili dari populasi yang ada.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan survei kuisisioner. Sugiyono (2018) menyatakan kuesioner ialah teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini akan disebar ke konsumen pengguna SPayLater di bukit kecil, dengan membagikan kuesioner dalam bentuk kertas dengan cara survey langsung ke lokasi Kambang Iwak.

Teknik Analisis Data

Analisis menggunakan aplikasi SPSS. Terkait analisis data yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Data kuesioner dianggap valid jika nilai r hitung $> r$ tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% (Sugiyono, 2019).

2) Uji Reliabilitas

Ghozali (2011) reliabilitas ialah alat pengukur kuesioner berupa indicator variable atau konstruk. Reliabel atau handal, jawabannya konsisten. Tingginya reliabilitas maka semakin stabil. Pengukuran reliabilitas pada SPSS dengan uji statistik Cronbach Alpha (α) $> 0,60$ maka reliabel (Gunawan & Sunardi, 2016).

2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif untuk gambaran mean, standar deviasi, min dan maks variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2023) statistik deskriptif untuk analisis data dengan mendeskripsikan data sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Gunawan & Sunardi (2016) tujuan uji normalitas ialah mengetahui apakah variabel residual, model regresi normal dianggap baik one sample Kolmogorov smirnov, dimana residual data dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

4. Uji Hipotesis

Uji Mann-Whitney ialah uji non parametrik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya perbedaan dari dua populasi yang saling independent (Suyanto & Gio, 2017).

Hasil dan Pembahasan

Data penelitian melalui penyebaran kuesioner berhasil dikumpulkan peneliti pada tanggal 03 Mei 2024 dan diolah pada tanggal 05-07 Mei 2024. Penyebaran kuesioner dilakukan selama satu minggu dengan jumlah 125 responden. Proses penyebaran kuesioner dilakukan peneliti secara langsung ke responden di bukit kecil dan semua data dalam pengujian ini diolah dengan menggunakan program SPSS.

1. Uji Kualitas Instrumen

1) Uji Validitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Sig.	Keterangan
SPayLater (Y)	1	0,176	0,518	<,001	Valid
	2	0,176	0,562	<,001	Valid
	3	0,176	0,423	<,001	Valid
	4	0,176	0,514	<,001	Valid
	5	0,176	0,478	<,001	Valid
	6	0,176	0,584	<,001	Valid
	7	0,176	0,608	<,001	Valid
	8	0,176	0,375	<,001	Valid
	9	0,176	0,407	<,001	Valid
	10	0,176	0,421	<,001	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS

Dari data, ditemukan setiap pernyataan dari variabel SPayLater (Y) adalah valid karena semua pernyataan nilai sig < 0,05. Suatu pernyataan valid apabila r hitung > r tabel. R tabel didapat dari buku metodologi penelitian Anwar Sanusi, 125 responden dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,176.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
SPayLater (Y)	0,620	0,660	10

Sumber: Data Diolah SPSS

Dari data diatas, ditemukan bahwa setiap pernyataan dari variabel SPayLater (Y) reliabel karena Cronbach's Alpha > 0,6

2. Statistik Deskriptif

Tabel 4.3
Hasil Frekuensi Generasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid	Milenial (1981-1996)	40	32,0	32,0	32,0
	Z (1997-2012)	85	68,0	68,0	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil statistik menunjukkan distribusi responden berdasarkan generasi dengan total sampel 125 orang. Generasi milenial memiliki frekuensi 40 orang atau 32%, sementara generasi Z memiliki frekuensi 85 orang atau 68%. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa generasi Z mendominasi dalam sampel tersebut, dapat dilihat dengan total persentase kumulatif 100,0 sementara untuk generasi milenial dengan total persentase kumulatif 32,0.

Tabel 4.4
Frekuensi Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid	Laki-Laki	58	46,4	46,4	46,4
	Perempuan	67	53,6	53,6	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah SPSS

Berdasarkan hasil statistik jenis kelamin dengan total sampel 125 orang. Laki-laki 58 orang atau 46,4%, sementara jenis kelamin perempuan memiliki frekuensi 67 orang atau 53,6%. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin perempuan mendominasi dalam sampel tersebut, dapat dilihat dengan total persentase kumulatif 100,0 sementara untuk jenis kelamin laki-laki dengan total persentase kumulatif 46,4.

Tabel 4.5
Frekuensi Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid	Rendah (< Rp 3.677.591)	77	61,6	61,6	61,6
	Tinggi (> Rp 3.677.591)	48	38,4	38,4	100,0

Total	125	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil statistik menampilkan distribusi responden berdasarkan pendapatan dengan total sampel 125 orang. Pendapatan rendah <Rp 3.677.591 memiliki frekuensi 77 orang atau 61,6%, sementara pendapatan tinggi >Rp 3.677.591 memiliki frekuensi 48 orang atau 38,4%. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan rendah <Rp 3.677.591 mendominasi dalam sampel tersebut, dapat dilihat dengan total persentase kumulatif 61,6 sementara untuk pendapatan tinggi >Rp 3.677.591 dengan total persentase kumulatif 100,0.

Tabel 4.6
Frekuensi Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid	Rendah (SD-SMP)	36	28,8	28,8	28,8
	Tinggi (SMA/SMK-Sarjana/Pascasarjana)	89	71,2	71,2	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil statistik distribusi responden berdasarkan tingkat pendidikan dengan total sampel 125 orang. Tingkat pendidikan rendah (SD-SMP) 36 orang atau 28,8%, sementara tingkat pendidikan tinggi (SMA/SMK-Sarjana/Pascasarjana) 89 orang atau 71,2%. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan tinggi (SMA/SMK-Sarjana/Pascasarjana) mendominasi dalam sampel tersebut, dapat dilihat dengan total persentase kumulatif 100,0 sementara untuk tingkat pendidikan rendah (SD-SMP) dengan total persentase kumulatif 28,8.

Tabel 4.7
Frekuensi Statistik SPayLater

		Friedrich-Schiller-Universität Jena									
		SPL	SPL	SPL	SPL	SPL	SPL	SPL	SPL	SPL	SPL
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
N	Va	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
lid											

Mi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ssi										
ng										
Mean	4,26	2,88	4,00	4,41	4,51	4,17	4,45	4,31	4,38	3,93
Median	4,00	2,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Mode	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4
Minimu	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
m										
Maxim	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
um										

Sumber: Data Diolah SPSS

Berdasarkan hasil statistik deskriptif diatas,

1. Mean jawaban responden pada setiap pernyataan berada di angka 4 sehingga rata rata setuju.
2. Nilai median untuk jawaban responden pada setiap pernyataan berada di angka 4 sehingga rata-rata setuju.
3. Nilai modus untuk jawaban responden pada setiap pernyataan berada di angka 4 sehingga rata-rata setuju.
4. Nilai minimum untuk jawaban responden pada setiap pernyataan berada pada rentang 1-2 yang berarti nilai minimum jawaban responden sangat tidak setuju hingga tidak setuju.
5. Nilai maksimum untuk jawaban responden pada setiap pernyataan berada pada angka 5 yang berarti nilai maksimum menunjukkan jawaban sangat setuju.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Setelah mengetahui hasil pada olah uji analisis statistic deskriptif, langkah selanjutnya yaitu melakukan uji normalitas guna tahu apakah data normal atau tidak menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov yang memperoleh :

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Keterangan
N		125	
Parameters ^{a,b}	Normal Mean	41,30	
	Std. Deviation	3,900	
	Most Extreme Absolute Differences	0,091	
	Positive	0,066	
	Negative	-0,091	
Test Statistic		0,091	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0,012	Tidak Normal

Sumber: Data Kuesioner Diolah SPSS

Syarat data penelitian dinyatakan normal adalah signifikansi hasil pengujian adalah $> 0,05$. Nilai yang didapat sebesar $0,012 < \text{Alpha } 0,05$ (5%), residual data tidak normal.

4. Uji Hipotesis

Dari hasil uji kenormalan data, diketahui bahwa data variabel yang akan diuji tidak berdistribusi dengan normal, maka akan menggunakan uji non parametrik Mann-Whitney.

Melihat probabilitas, dengan aturan :

- a) Sig. $> 0,05$, H_0 diterima
- b) Sig. $< 0,05$, H_0 ditolak

1) Generasi

H_0 : tidak terdapat perbedaan penggunaan SPayLater antara generasi milenial dan generasi Z.

H_1 : terdapat perbedaan penggunaan SPayLater antara generasi milenial dan generasi Z.

Tabel 4.9

Uji Mann-Whitney Test Ranks

Generasi	N	Mean Rank	Sum of Ranks
----------	---	-----------	--------------

TOTAL_SPL	Milenial (1981-1996)	40	62,66	2506,50
	Z (1997-2012)	85	63,16	5368,50
	Total	125		

Sumber: Data Diolah SPSS

	TOTAL_SPL
Mann-Whitney U	1686,500
Wilcoxon W	2506,500
Z	-0,072
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,943

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil diatas diperoleh mean rank generasi Z lebih besar dari generasi Milenial yakni 63,16 sedangkan generasi Milenial 62,66. Dapat dikatakan bahwa generasi Z sering menggunakan SpayLater. Sedangkan nilai $Z -0,072$ sig. $0,943 > 0,05$ hipotesis H_0 diterima. Artinya tidak ada perbedaan yang signifikan pada penggunaan SpayLater generasi milenial dan generasi Z.

2) Jenis Kelamin

H_0 : tidak terdapat perbedaan penggunaan SpayLater antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

H_1 : terdapat perbedaan penggunaan SpayLater antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.10

Uji Mann-Whitney Test Ranks

	Jenis Kelamin	N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_SPL	Laki-Laki	58	54,79	3178,00
	Perempuan	67	70,10	4697,00
	Total	125		

Sumber: Data Diolah SPSS

	Test Statistics
	TOTAL_SPL
Mann-Whitney U	1467,000

Wilcoxon W	3178,000
Z	-2,365
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,018

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil pengujian diatas diperoleh mean rank perempuan > laki-laki yakni 70,10 sedangkan jenis kelamin laki-laki 54,79. Dapat dikatakan bahwa jenis kelamin perempuan paling banyak menggunakan SPayLater. Sedangkan melalui uji hipotesis diperoleh nilai sebesar Z -2,365 dengan sig.0,018 < dari 0,05, H0 ditolak. Berarti ada perbedaan penggunaan SPayLater laki-laki dan perempuan.

3) Pendapatan

H0 : tidak terdapat perbedaan penggunaan spaylater pada pendapatan rendah dan tinggi.

H1 : terdapat perbedaan penggunaan spaylater pada pendapatan rendah dan tinggi.

Tabel 4.11

Uji Mann-Whitney Test Ranks

	Pendapatan	N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_SPL	Rendah (< Rp 3.677.591)	77	64,64	4977,00
	Tinggi (> Rp 3.677.591)	48	60,38	2898,00
	Total	125		

Sumber: Data Diolah SPSS

Test Statistics	
	TOTAL_SPL
Mann-Whitney U	1722,000
Wilcoxon W	2898,000
Z	-0,642
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,521

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil pengujian diatas diperoleh mean rank pendapatan rendah lebih besar dari pendapatan tinggi yakni 64,64 sedangkan pendapatan tinggi 60,38. Dapat dikatakan bahwa mereka yang berpendapatan rendah sering menggunakan SPayLater. Sedangkan melalui uji hipotesis diperoleh nilai sebesar Z -0,642 dengan sig.0,521 > 0,05, H0 diterima. Berarti tidak ada perbedaan yang signif pada penggunaan SPayLater dengan pendapatan rendah dan pendapatan tinggi.

4) Tingkat Pendidikan

H0 : tidak terdapat perbedaan penggunaan SPayLater antara rendah dan tingginya tingkat pendidikan

H1 : terdapat perbedaan penggunaan SPayLater antara rendah dan tingginya tingkat pendidikan

Tabel 4.12
Uji Mann-Whitney Test Ranks

	Tingkat Pendidikan	N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_SPL	Rendah (SD-SMP)	36	57,97	2087,00
	Tinggi (SMA/SMK-Sarjana/PascaSarjana)	89	65,03	5788,00
	Total	125		

Sumber: Data Diolah SPSS

Test Statistics	
	TOTAL_SPL
Mann-Whitney U	1421,000
Wilcoxon W	2087,000
Z	-0,990
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,322

Sumber: Data Diolah SPSS

Hasil diatas diperoleh mean rank tingkat pendidikan tinggi lebih besar dari tingkat pendidikan rendah yakni 65,03 sedangkan tingkat pendidikan rendah 57,97. Dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan tinggi sering menggunakan SPayLater. Sedangkan melalui uji hipotesis diperoleh nilai sebesar Z -0,990 dengan sig.0,322 > 0,05, H0 diterima. Berarti tidak ada perbedaan yang signif pada penggunaan SPayLater dengan tingkat pendidikan rendah dan tingkat pendidikan tinggi.

Hasil Penelitian

1. Generasi

Pengujian variabel generasi, menampilkan H0 diterima yang berarti bahwa tidak ada perbedaan pada penggunaan SPayLater milenial dan gen Z. Hal ini sesuai temuan

dari Adiyanti (2023), "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kaum Milenial dalam Melakukan Pembayaran Shopee PayLater di Marketplace Shopee Berdasarkan Perspektif Bisnis." Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa ekpektasi usaha (effort expectancy) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan Shopee PayLater. Berarti, milenial Indonesia berpikir bahwa mudah tidaknya teknologi tidak mempengaruhi minat penggunaan Shopee PayLater.

2. Jenis kelamin

Pengujian jenis kelamin, menampilkan H2 diterima yang artinya terdapat perbedaan penggunaan SPayLater laki-laki dan perempuan. Sesuai temuan dari Bernica Febriyana Putri dengan judul "Pengaruh Generasi Dan Gender Konsumen Pada Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Pay Later". Gender konsumen yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh gender pada pembelian impulsif. Fenomena pembelian impulsif juga biasa terjadi pada perempuan daripada laki-laki. Dikarenakan perempuan mudah merasa senang ketika berada di lokasi belanja, baik daring maupun luring (Putri, Slamet, & Chandra Sari, 2023). Hasil ini didukung oleh penelitian (Putra & Santika, 2018) yang menyatakan perempuan mempunyai dorongan > laki-laki.

3. Pendapatan

Hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel pendapatan, H0 diterima yang artinya tidak ada perbedaan pada penggunaan SPayLater dengan pendapatan rendah dan pendapatan tinggi. Sesuai penelitian yang mengangkat tentang "analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan sistem pembayaran paylater" menemukan pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan PayLater, sehingga dapat diartikan pendapatan tinggi ataupun rendah, apabila tidak ada kebutuhan maka PayLater tidak digunakan (Eviana & Saputra, 2022).

4. Tingkat pendidikan

Hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel tingkat pendidikan, H0 diterima, tidak ada bedanya penggunaan SPayLater tingkat pendidikan rendah dan tingkat pendidikan tinggi. Hal ini berarti masyarakat yang tingkat pendidikannya rendah atau tinggi memiliki kemampuan yang sama dalam penggunaan teknologi, ini menunjukkan bahwa teknologi keuangan seperti SPayLater telah diterima dengan baik oleh orang-orang tanpa peduli tingkat pendidikan mereka. Dengan kata lain, semua orang, terlepas dari tingkat pendidikan mereka, dapat menggunakan layanan keuangan digital ini.

Kesimpulan

Bertujuan memahami pembeda yang signifikan dalam penggunaan SPayLater berdasarkan variabel demografi (generasi, jenis kelamin, pendapatan, dan tingkat pendidikan). Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh kesimpulan adalah: (1) Tidak terdapat perbedaan signif pada penggunaan SPayLater generasi milenial dan z. Ini menunjukkan bahwa adaptasi dan kepercayaan terhadap teknologi keuangan digital mungkin sama bagi kedua generasi ini. (2) Penelitian ini ada perbedaan signif pada penggunaan SPayLater laki-laki dan perempuan. Perempuan lebih sering melakukan pembelian impulsif, temuan ini menunjukkan bahwa jenis kelamin memainkan peran penting dalam bagaimana orang menggunakan dan mengonsumsi layanan SPayLater. (3) Tidak ada beda signif pemakaian SPayLater antara rendah dan tingginya pendapatan. Artinya SPayLater dapat diterima oleh orang-orang dengan tingkat pendapatan yang berbeda. (4) Penelitian ini menunjukkan bahwa, tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada penggunaan SPayLater antara tingkat pendidikan rendah dan tingkat pendidikan tinggi. Menunjukkan bahwa teknologi keuangan seperti SPayLater diterima baik oleh seluruh latar belakang pendidikan dapat menggunakan layanan keuangan digital ini.

Daftar Pustaka

- Adityara, S., & Rakhman, T. R. (2019). Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual. 401-406.
- Adiyanti, S. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kaum Milenial Dalam Melakukan Pembayaran Shope PayLater Di Marketplace Shopee Berdasarkan Perspektif Bisnis Syariah . Pontianak.
- Ari Anggraini, T. M., Mardani, R. M., & Novianto, A. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjamna Online SPayLater (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Malang). e-Jurnal Riset Manajemen, 13(1), 1494-1502.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater : Studi Kasus masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness, Ease of Use and Income on Interest in Using PayLater: A Case Study of People in DKi Jakarta). Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman), 2(4), 309-325.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). Consumer Behavior. In D. Budiyanto, Perilaku Konsumen (p. 3). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran PayLater. Jurnal Pendidikan Tambusai, 6(1), 1968-1977.
- Gunawan, A. A., & Sunardi, H. (2016). Pengaruh kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nusa Tangguh. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 16(1), 1-11.
- Jamil, M., & Dewi, R. S. (n.d.). Seks, Gender, dan Representasi. 1-7.

- Mulyani, S. (2015). Analisis Pengaruh Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Dengan Love Of Money Sebagai Variabel Intervening. *Majalah Ilmiah Solusi*, 1-16.
- Novendra, B., & Aulianisa, S. S. (2020, Agustus). 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), 194-195.
- Putra, I. S., & Santika, I. (2018). Pengaruh Gender, Daya tarik Promosi, Kepemilikan Kartu Kredit Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online Produk Lifestyle. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(10), 5570-5598.
- Putra, Y. S. (2016, Desember). Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123-134.
- Putri, B. F., Slamet, & Chandra Sari, K. D. (2023). Pengaruh Generasi Dan gender Konsumen Pada Perilaku Pembelian Impulsif Pengguna Paylater. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 304-308.
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). *Teori Pendapatan*. Medan: Tahta Media Group.
- Respati, A. R., & Djumena, E. (2023, Oktober 5). Perbandingan Bunga Paylater BCA, Shopee Paylater, GoPay later, Dan Kredivo. From KOMPAS.com: <https://money.kompas.com/read/2023/10/05/114000126/perbandingan-bunga-paylater-bca-shopee-paylater-gopay-later-dan-kredivo?page=all>
- Santoso, S. (2006). *SSBBTI : SPSSS Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sari, R. P. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan resiko Terhadap Penggunaan Internet Banking Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya. 1-11.
- Shopee. (2024). Shopee. From Shopee.co.id: <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71956>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi R&D dan penelitian pendidikan)*. Bandung: Alfabeta .
- Sugiyono, D. (2018). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta cv.
- Suyanto, & Gio, P. U. (2017). *Statistika Nonparametrik dengan SPSS, Minitab, dan R*. Medan: Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Warsame, M. H., & Abdalla, Y. A. (2020). Determinants Of Consumers Attitude Towards Credit Card Usage In Kenya. 200-217.
- Wulandari, N. T., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Emosi Positif Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Konsumen Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 81-91.
- Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan dan Sosialisasi Perpajakan Terhadap kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), 305-310.
- Zaelani, A. (2023). Pengaruh Impulsive Buying, Gaya Hidup, Dan Iklan Media Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee PayLater Pada Mahasiswa Di Solo Raya. Surakarta: eprints.iain-surakarta.ac.id.