

PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT
PENGGUNAAN SHOPEE PAYLATER MASYARAKAT DI JAKARTA BARATAngel Moriska¹, Rakhmat Hadi Sucipto², Tri Indah Annisa³¹²³Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, 10450

e-mail korespondensi: angelmoriska08@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada masyarakat di Jakarta Barat. Penelitian dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi finansial mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi digital. Shopee PayLater hadir sebagai salah satu metode pembayaran yang menawarkan kemudahan, fleksibilitas, dan kepraktisan sehingga menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 96 responden. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater dengan nilai t sebesar 2,459 dan signifikansi 0,016. Persepsi kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dengan nilai t sebesar 5,164 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dengan nilai F sebesar 44,314 dan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,699 menunjukkan bahwa gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan mampu menjelaskan 69,9% variasi minat penggunaan Shopee PayLater, sedangkan 30,1% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian

Kata Kunci : Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Penggunaan, Shopee PayLater.

Abstract - This study aims to analyze the influence of lifestyle and perceived ease of use on the intention to use Shopee PayLater among people in West Jakarta. The study is motivated by the rapid growth of financial technology, which has encouraged the adoption of digital payment methods. Shopee PayLater offers convenience, flexibility, and practicality, making it an attractive payment option for consumers. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected from 96 respondents through questionnaires and analyzed using SPSS version 27. The analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, partial (t-test), simultaneous (F-test), and coefficient of determination analyses. The findings reveal that lifestyle has a positive and significant effect on the intention to use Shopee PayLater, with a t-value of 2.459 and a significance level of 0.016. Perceived ease of use also has a positive and significant effect, with a t-value of 5.164 and a significance level of 0.000. Simultaneously, both variables significantly influence the intention to use Shopee PayLater. The coefficient of determination (R^2)

Article History

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author**Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

of 0.699 indicates that the independent variables explain 69.9% of the variation in the intention to use Shopee PayLater.

Keywords : Lifestyle, Perceived Ease of Use, Intention to Use, Shopee PayLater

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi ekonomi secara signifikan. Revolusi Industri 4.0 mendorong digitalisasi diberbagai sektor industri, termasuk percepatan penerapan sistem pembayaran non tunai yang semakin berkembang diberbagai negara, termasuk di Indonesia. Bersamaan dengan pesatnya pertumbuhan e-commerce, *industry financial technology (Fintech)* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kehadiran layanan ini menjadi salah satu terobosan penting dalam perkembangan sistem pembayaran digital (Nurfitri and Setyaningsih 2025). Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) atau PayLater merupakan salah satu inovasi keuangan digital yang mengalami pertumbuhan cukup pesat. Di Indonesia, popularitas PayLater semakin meningkat, khususnya dikalangan generasi milenial dan Generasi Z, seiring dengan hadirnya fitur Shopee Paylater pada platform e-commerce Shopee. Selain Shopee, platform e-commerce lain seperti Tokopedia, Lazada, Traveloka dan Blibli juga telah menyediakan layanan fitur *paylater* (Sitepu and Fadila 2024).

Penelitian sebelumnya berfokus pada aspek teknologi, termasuk persepsi utilitas, persepsi risiko, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu pada kombinasi variabel, karakteristik responden, dan lokasi penelitian. Penelitian ini secara khusus menguji gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. Selain itu, penelitian dilakukan pada masyarakat yang berdomisili di Jakarta Barat dengan karakteristik responden yang beragam, tidak terbatas pada mahasiswa atau kelompok generasi tertentu. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai keterkaitan gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan dengan minat penggunaan Shopee PayLater pada masyarakat Jakarta Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada masyarakat di Jakarta Barat, baik secara parsial maupun simultan.

Menurut Wahyuni dan Setiawati dalam Pujiyanto (2022) gaya hidup diidentifikasi berdasarkan indikator aktivitas, ketertarikan, dan pandangan individu atau opini sejalan dengan teori *Lifestyle* yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller (2022)). Konsep ini menggambarkan bahwa aktivitas, minat, dan opini seseorang memengaruhi perilaku konsumsi, termasuk dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti Shopee PayLater. Masyarakat yang terbiasa berbelanja secara online, aktif memanfaatkan teknologi digital, serta mengutamakan kemudahan dalam bertransaksi cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakan Shopee PayLater. Temuan ini didukung oleh penelitian Meilia & Waspodo (2026) serta Hikmawati et al. (2024) yang membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan paylater.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Persepsi menunjukkan keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Dalam TAM, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* atau minat penggunaan. Penelitian (Tahtiyar et al. 2025) dan (Thea 2024) menunjukkan bahwa semakin mudah suatu layanan digunakan, semakin tinggi minat pengguna untuk memanfaatkannya. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan

menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan Shopee PayLater. Menurut Mbete & Tanamal dalam (H. Hutabarat, 2026), indikator kemudahan penggunaan meliputi Kemudahan Dipelajari (*Easy to Learn*), Mudah Berinteraksi (*Easy to Interact*), Mudah Melakukan Transaksi (*Easy to do Transactions*), Mudah mendapatkan Produk (*Easy to get the Produk*), Mudah Digunakan (*Easy to Use*).

Minat penggunaan (*intention to use*) merupakan kecenderungan individu untuk menggunakan suatu teknologi setelah mengevaluasi manfaat, kemudahan, dan pengalaman penggunaannya. Dalam konteks Shopee PayLater, minat penggunaan mencerminkan kemungkinan seseorang untuk memanfaatkan layanan tersebut dalam bertransaksi. Menurut Abrilia & Tri dalam (Hutabarat 2026), terdapat empat indikator minat penggunaan yaitu Berniat menggunakan, digunakan untuk masa depan, ketertarikan pada objek, dan cenderung selalu menggunakan. Temuan penelitian ini diperkuat dengan teori TAM, minat pengguna (*intention to use*) menunjukkan seberapa besar kemungkinan seseorang akan benar-benar menggunakan suatu teknologi, termasuk layanan Shopee PayLater.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan pendekatan asosiatif kausal. Pendekatan tersebut digunakan untuk menguji pengaruh Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Penggunaan Shopee PayLater (Y) pada masyarakat di Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Jakarta Barat yang mengetahui atau memiliki ketertarikan terhadap layanan Shopee PayLater. Jumlah populasi tidak diketahui secara pasti sehingga dikategorikan sebagai populasi yang tidak diketahui (*Unknown Population*). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran dan diperoleh sebanyak 96 responden.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan pertimbangan dan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung melalui Google Form kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah: (1) berdomisili di Jakarta Barat; (2) berusia minimal 17 tahun; (3) memiliki akun Shopee yang aktif; (4) mengetahui atau memperoleh informasi mengenai fitur Shopee PayLater; (5) memiliki pengetahuan atau ketertarikan terhadap penggunaan Shopee PayLater; dan (6) bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan jujur.

Data yang diperoleh dari 96 responden kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas dan linearitas, serta analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Metode Observasi

Menurut Sugiyono dalam Alifah (2026), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik lain karena observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek- objek alam lainnya.

2. Angket Kuesioner

Angket (Kuesioner) adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk responden Mas'oud & Suyuthi (2026). Skala Likert adalah salah satu teknik pengukuran yang paling umum digunakan dalam penelitian berbasis survei,

melalui skala ini responden diberi kesempatan untuk mengekspresikan tingkat persetujuan atau penolakan terhadap pernyataan yang disusun oleh peneliti

Tabel 1. Skala Likert

Keterangan	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju	4
Sangat Setuju (SS)	5

3. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kegiatan menelusuri, mempelajari, memahami, serta menganalisis berbagai sumber literature yang relevan dengan permasalahan penelitian. Dari segi sumber kepustakaan, sumber meliputi buku akademik, artikel jurnal, disertasi, tesis, prosiding, laporan riset, dokumen kebijakan, arsip, regulasi, ensiklopedia, naskah klasik, kitab, manuskrip (Haramain 2026).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Kualitas Data

3.1.1 Uji Validitas Data

Uji validitas merupakan salah satu prosedur pengujian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan serta kesesuaian instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang menjadi objek penelitian.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1)

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Gaya Hidup	X1.1	0,739	0,2006	Valid
	X1.2	0,628	0,2006	Valid
	X1.3	0,709	0,2006	Valid
	X1.4	0,715	0,2006	Valid
	X1.5	0,725	0,2006	Valid
	X1.6	0,735	0,2006	Valid

Berdasarkan Tabel 2, jumlah responden sebanyak 96 orang, $df = (n - 2)$ $df = (96 - 2)$, $df = 94$, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2006 pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel gaya hidup (X1) dinyatakan valid perhitungan ini menggunakan dan layak digunakan.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
	X2.1	0,706	0,2006	Valid
	X2.2	0,686	0,2006	Valid

Persepsi	X2.3	0,679	0,2006	Valid
Kemudah	X2.4	0,779	0,2006	Valid
an	X2.5	0,722	0,2006	Valid
Penggun	X2.6	0,724	0,2006	Valid
aan	X2.7	0,723	0,2006	Valid

Berdasarkan Tabel 3, seluruh item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai penelitian untuk mendukung proses analisis pada tahap selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan (Y)

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Minat Penggunaan	Y1	0,778	0,2006	Valid
	Y2	0,783	0,2006	Valid
	Y3	0,768	0,2006	Valid
	Y4	0,738	0,2006	Valid
	Y5	0,688	0,2006	Valid
	Y6	0,806	0,2006	Valid
	Y7	0,811	0,2006	Valid

Berdasarkan Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel minat penggunaan (Y) dinyatakan valid perhitungan ini menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic Version 27* dan layak digunakan sebagai penelitian

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses pengujian yang mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam proses pengambilan data dalam penelitian sudah dikatakan reliabel atau tidak (Forester et al. 2024). Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > 60. Apabila *Cronbach's Alpha* < 60, maka item pernyataan dalam angket atau kuesioner dikatakan tidak reliabel (Ghozali, 2018).

Tabel 5. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Gaya Hidup	0,799	0,60	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,842	0,60	Reliabel
Minat Penggunaan	0,880	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel 5, diketahui bahwa variabel gaya hidup memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,799, variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan sebesar 0,842, dan variabel Minat Penggunaan sebesar 0,880. Maka semua item indikator dari variabel gaya hidup, persepsi kemudahan penggunaan, dan minat penggunaan dinyatakan reliabel dan

memenuhi kriteria sebagai alat ukur penelitian.

3.2. Uji Asumsi Klasik

3.2.1. Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardi
			zed Residual
N			96
Normal	Mean	.0000000	
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3.20669632	
Most Extreme	Absolute	.083	
Differences	Positive	.083	
	Negative	-.060	
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.104
Monte Carlo Sig.	Sig.	.103	
(2-tailed) ^d	99%	Lower	.095
	Confidence	Bound	
	Interval	Upper	.110
		Bound	
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Melalui Tabel 6, hasil pengujian ini, nilai signifikansi sebesar $0,104 > 0,05$, bahwa residual penelitian berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga data layak digunakan untuk penelitian.

3.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual (ABS_RES) terhadap variabel independen, yaitu Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2).

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
1	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.809	1.812		3.206	.002
Gaya Hidup (X1)	-.022	.085	-.036	-.262	.794
Persepsi Kemudahan	-.093	.073	-.174	-1.278	.205

Penggunaan
(X2)

a. Dependent Variable: ABS_RES

Melalui Tabel 7, temuan uji heteroskedastisitas metode Glejser, diketahui bahwa variabel Gaya Hidup (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,794 ($> 0,05$) sehingga tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas, sedangkan variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) mempunyai nilai signifikansi 0,205 ($> 0,05$) yang menandakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.2.3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Kriteria yang umum digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 .

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model 1	Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
	Unstandardize d Coefficients		Standardiz ed Coefficient s	t	Sig.	Tolera nce
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	3.816	2.835		1.346	.182	
Gaya Hidup (X1)	.325	.132	.244	2.459	.016	.559
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	.587	.114	.512	5.164	.000	.559

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)

Melalui Tabel 8, dilihat yakni variabel Gaya Hidup (X1) serta Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) tiap-tiap mempunyai nilai Tolerance sejumlah 0,559 ($> 0,10$) dan VIF sejumlah 1,788 (< 10), sehingga bisa disimpulkan yakni tidak ada gejala multikolinearitas pada model regresi.

3.2.4. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan salah satu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian memiliki pola hubungan yang linear.

Tabel 9. Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup (X1)

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup (X1)							
			ANOVA Table				
			Sum of	df	Mean	F	Sig.
Minat Penggunaan (Y) * Gaya Hidup (X1)	Between	(Combined)	836.420	13	64.340	4.924	.000
		Linearity	650.878	1	650.87	49.815	.000
		Deviation from Linearity	185.542	12	15.462	1.183	.309
	Within Groups		1071.413	82	13.066		
Total			1907.833	95			

Berdasarkan Tabel 9, Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan, diperoleh nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar $0,309 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Gaya Hidup dan Minat Penggunaan memenuhi asumsi linearitas atau bersifat linear.

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Penggunaan (Y) * Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	Between Groups	(Combined)	1162.057	15	77.470	8.310	.000
		Linearity	867.423	1	867.423	93.049	.000
		Deviation from Linearity	294.633	14	21.045	2.258	.012
	Within Groups						

Berdasarkan Tabel 10, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Minat Penggunaan memenuhi asumsi linearitas atau bersifat linear.

3.3. Pengujian Hipotesis

3.3.1. Uji Signifikan t (Uji t)

Uji t merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual atau parsial terhadap variabel dependen (Aflah, et al 2025).

Tabel 11. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	B	Std. Error	Beta		
	Gaya Hidup (X1)	3.816	2.835		1.346	.182
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	.325	.132	.244	2.459	.016
		.587	.114	.512	5.164	.000

Berdasarkan Tabel 11, gaya hidup memperoleh nilai t hitung sebesar $2,459 > 1,986$ dengan signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Paylater. Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki

nilai t hitung sebesar $5,164 > 1,986$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Paylater pada masyarakat di Jakarta Barat

3.3.2. Uji Stimultan (F Test)

Tabel 12. Hasil Uji F

Anova ^a					
Model		Sum Of Squares	Df	Mean Square	Sig.
1	Regression	930.958	2	465.479	44.314
	Residual	976.876	93	10.504	
	Total	1907.833	95		

A. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)

B. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Gaya Hidup (X1)

Berdasarkan Tabel 12, diperoleh nilai F hitung sebesar 44,314 dengan signifikansi sebesar 0,000. F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $44,314 > 3,09$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Dengan demikian, hipotesis bahwa gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopee Paylater dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sesuai layanan Shopee Paylater dengan gaya hidup pengguna dan semakin mudah layanan digunakan dan dipahami, maka semakin tinggi minat pengguna untuk memanfaatkan layanan Shopee Paylater.

3.4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

3.4.1. Uji Koefisien Determinasi Parsial

Pada tabel 12 menunjukkan temuan penelitian uji koefisien determinasi parsial (R²) dengan menggunakan SPSS versi 27 sebagai berikut:

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	3.816	2.835		1.346	.182			
	Gaya Hidup (X1)	.325	.132	.244	2.459	.016	.584	.247	.182
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	.587	.114	.512	5.164	.000	.674	.472	.383

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1) memberikan kontribusi efektif terhadap Minat Penggunaan (Y) sebesar $0,244 \times 0,584 = 0,143$ atau 14,3%. Sementara itu, variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki kontribusi efektif

sebesar $0,512 \times 0,674 = 0,345$ atau 34,5%. Apabila kedua kontribusi tersebut dijumlahkan, diperoleh nilai sebesar 0,488 atau 48,8%, yang sejalan dengan nilai koefisien determinasi (*R Square*) pada model regresi.

3.4.2. Uji Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.488	.477	3.24099
a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Gaya Hidup (X1)				

Berdasarkan Tabel 14, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,699. Nilai menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Minat Penggunaan (Y) berada pada kategori kuat. Selanjutnya, nilai R Square sebesar 0,488 mengindikasikan bahwa 48,8% variasi atau perubahan pada Minat Penggunaan (Y) dapat diterangkan secara bersama-sama oleh variabel Gaya Hidup dan Persepsi Kemudahan Penggunaan. Adapun 51,2% (100% - 48,8%) sisanya berasal dari pengaruh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

3.5. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 15. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.816	2.835		1.346	.182
	Gaya Hidup (X1)	.325	.132	.244	2.459	.016
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	.587	.114	.512	5.164	.000
a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)						

Berdasarkan Tabel 15, sehingga persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = 3,816 + 0,325X_1 + 0,587X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Penggunaan

X₁ = Gaya Hidup

X₂ = Persepsi Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 3,816 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) bernilai nol, maka nilai Minat Penggunaan (Y) diperkirakan sebesar 3,816
2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,325 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel pada variabel gaya hidup akan meningkatkan Minat Penggunaan (Y) sebesar 0,325.
3. Nilai koefisien regresi sebesar 0,587 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) dengan asumsi variabel lain tetap akan meningkatkan Minat Penggunaan sebesar 0,587.

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut, variabel Gaya Hidup (X1) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Penggunaan (Y). Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,587, lebih besar dibandingkan koefisien Gaya Hidup sebesar 0,325.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap masyarakat yang belum menggunakan Shopee PayLater di Jakarta Barat dengan menggunakan model regresi linier berganda, serta data yang telah dikumpulkan dan diuji menggunakan model tersebut, maka penelitian ini menarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil uji t (parsial), variabel Gaya Hidup (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,532 yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,986 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,013 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater pada masyarakat Jakarta Barat. Lalu berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung variabel persepsi kemudahan penggunaan ($5,164 > 1,986$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee Paylater pada masyarakat di Jakarta Barat. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) nilai F hitung $>$ dari F tabel yaitu $44,314 > 3,09$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$, H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

Berdasarkan hasil tersebut, bahwa variabel gaya hidup dan persepsi kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater. Gaya hidup mendorong masyarakat untuk memiliki ketertarikan terhadap metode pembayaran digital yang praktis, cepat, dan fleksibel. Di sisi lain, persepsi kemudahan penggunaan Shopee PayLater, seperti proses aktivasi yang sederhana, fitur yang mudah dipahami, serta kemudahan dalam melakukan transaksi, dapat meningkatkan keyakinan masyarakat bahwa layanan tidak sulit untuk digunakan. Oleh karena itu, semakin tinggi gaya hidup yang selaras dengan perkembangan teknologi digital dan semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan Shopee PayLater, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan.

REFERENSI

- Aflah, Fadli Ramadhanul, Risnawati Risnawati, and M. Fikri Hamdani. 2025. "Penerapan Regresi Linier Berganda Dalam Menilai Hubungan Antar Variabel Dalam Penelitian Kuantitatif." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 5(3):4195-4211. doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i3.19319>.
- Alifah, Kurnia Nurvina Laila. 2026. "Analisis Keterlibatan Perilaku Siswa dalam Pembelajaran

- Matematika di Sekolah Dasar.” *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 11(01):20-32. doi: <https://doi.org/10.23969/jp.v11i01.41569>.
- Davis, Fred D. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly* 13(3):319-40.
- Forester, Brayen Jodi, Amna Idris Abdallah Khater, Muhammad Win Afgani, and Muhammad Isnaini. 2024. “Penelitian Kuantitatif: Uji Reliabilitas.” *EDU SOCIETY: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 4(3):1812-20. doi: <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.577>.
- Haramain, Muhammad. 2026. *Metodologi Penelitian Kepustakaan (Literature Review)*. IAIN Parepare Nusantara Press.
- Hikmawati, Nurul, Ika Indriasari, and Rita Meiriyanti. 2024. “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Gaya Hidup dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater pada Generasi Milenial.” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4(4):7464-77. doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14013>.
- Hutabarat, Herna P. W. 2026. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan Electronic Wallet pada Aplikasi DANA (Studi Kasus Mahasiswa S1 FEB UNJA Pengguna DANA).” Universitas Jambi.
- Hutabarat, Herna, and Garry Yuesa Rosyid. 2026. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E-Wallet pada Aplikasi Dana (Studi Kasus Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi).” *Jurnal Media Akademik (JMA)* 4(2). doi: <https://doi.org/10.62281/zzat9040>.
- Mas’oud, Nurfitra Indriani, and Nurmadhani Fitri Suyuthi. 2026. “Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja Aparatur Sipil Negara terhadap Efisiensi Anggaran pada Dinas Sosial Provinsi Sulawesi Selatan.” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Terapan* 4(1):41-61.
- Meilia, Siti Adira, and Lego Waspodo. 2026. “Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle dan Self-Control terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Lampung: Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Lampung.” *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 5(2):250-67. doi: <https://doi.org/10.58192/profit.v5i2.4286>.
- Nurfitri, Ade Rachmawati, and Endang Setyaningsih. 2025. “Fenomena Peningkatan Penggunaan Paylater Di Indonesia Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Masyarakat.” 5:2963-81.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Alexander Chernev. 2022. *Marketing Management*. 16th Globa. Pearson.
- Pujianto, Didid. 2022. “Pengaruh Brand Image Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone.” *JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1(3):1-11.
- Sitepu, Gery Alde, and Ardhiani Fadila. 2024. “Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z.”
- Tahtiyar, Althaf Ghany, Lintang Kurniawati, Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, and Universitas Muhammadiyah. 2025. 8:1247-59.
- Thea Levina Pangesti Tambunan, Thea. 2024. “Pengaruh Literasi Keuangan, Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Paylater pada Shopee (Studi Empiris Pada Mahasiswa Politeknik Caltex Riau).” Politeknik Caltex Riau.