

Analisis Persepsi Multidimensi Risiko Terhadap Niat Berkelanjutan Penggunaan Shopee PayLater: Perspektif *Theory of Planned Behavior*

Analysis of Multidimensional Risk Perceptions on Continuance Intention to Use Shopee PayLater: A Theory of Planned Behavior Perspective

Tia Marcelin^{*1}, Daniel Arsa², Yolla Noverina³

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Jambi, Jambi

*Penulis Korespondensi

Email: tiamarcelin03@gmail.com

Abstrak. Layanan *Buy Now PayLater* (BNPL) di Indonesia tumbuh pesat, dengan Shopee PayLater menempati posisi teratas sebagai aplikasi PayLater terpopuler di kalangan Milenial dan Gen Z dengan tingkat penggunaan 50%. Kemudahan akses kredit ini membawa risiko yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk terus menggunakan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis niat berkelanjutan (*continuance intention*) penggunaan Shopee PayLater dengan mengintegrasikan persepsi risiko. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang mengkaji perilaku penggunaan PayLater melalui kerangka TAM dengan fokus pada kemudahan dan kegunaan tanpa mempertimbangkan dimensi risiko secara menyeluruh, penelitian ini berkontribusi dengan mengintegrasikan tiga dimensi persepsi risiko, yaitu risiko finansial, privasi, dan psikologis ke dalam model TPB pada konteks BNPL di Indonesia. Variabel independen mencakup persepsi risiko finansial, risiko privasi, dan risiko psikologis. Sikap berperan sebagai variabel mediator, sedangkan norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku merupakan variabel eksogen yang secara langsung mempengaruhi niat berkelanjutan sebagai variabel dependen. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan 210 responden pengguna aktif Shopee PayLater dari kalangan Milenial dan Gen Z di Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan analisis data menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS. Hasil menunjukkan bahwa persepsi risiko finansial dan risiko psikologis berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap, sedangkan risiko privasi tidak berpengaruh signifikan. Sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap niat berkelanjutan. Nilai R^2 niat berkelanjutan sebesar 0,540 (moderat). Temuan ini mengkonfirmasi bahwa model TPB yang diperluas dengan persepsi risiko mampu menjelaskan perilaku penggunaan BNPL secara komprehensif.

Kata kunci: Shopee PayLater, TPB, persepsi risiko, BNPL, niat berkelanjutan.

Abstract. *Buy Now PayLater* (BNPL) services in Indonesia have grown rapidly, with Shopee PayLater ranking as the most popular PayLater application among Millennials and Generation Z at a 50% usage rate. This ease of credit access carries risk that influence users' decisions to continue using the service. This study aims to analyze the continuance intention to use Shopee PayLater by integrating perceived risk. Unlike previous studies examining PayLater usage behavior through the TAM framework focusing on ease of use and usefulness without comprehensively considering risk dimensions, this study contributes by integrating three perceived risk dimensions, financial, privacy, and psychological risk into the TPB model in the Indonesian BNPL context. Independent variables include financial risk, privacy risk, and psychological risk perception. Attitude serves as the mediating variable, while subjective norm and perceived behavior control are

exogenous variables that directly influence continuance intention as the dependent variable. This quantitative study employed a survey method with 210 active Shopee PayLater users from Millennial and Generation Z segments in Indonesia. Purposive sampling was applied, and data were analyzed using PLS-SEM via SmartPLS. Result show that financial risk and psychological risk significantly negatively affect attitude, while privacy risk shows no significant effect. Attitude, subjective norm, and perceived behavior control significantly positively influence continuance intention. The R^2 value for continuance intention is 0,540 (moderate). These findings confirm that the TPB model extended with perception risk comprehensively explains BNPL usage behavior.

Keywords: Shopee PayLater, TPB, risk Perception, BNPL, continuance intention

1. Pendahuluan

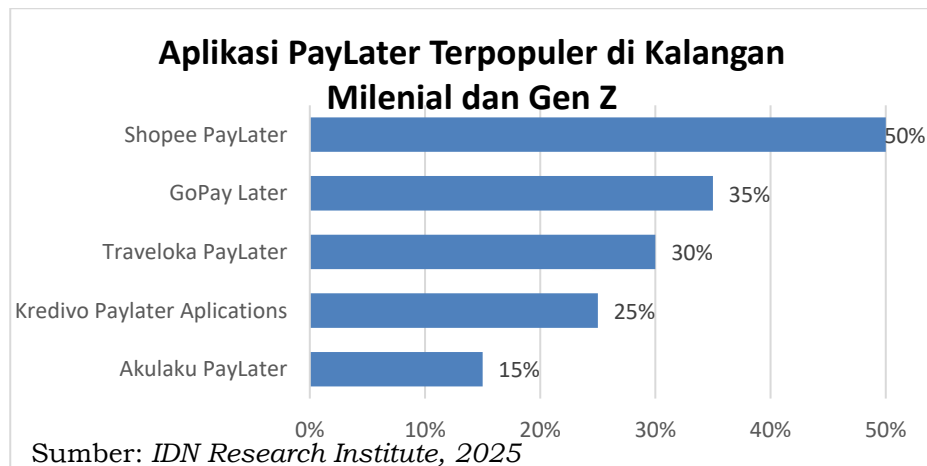
Transformasi digital telah mendorong perkembangan sistem informasi keuangan berbasis teknologi di berbagai sektor kehidupan. Layanan *Buy Now Pay Later* (BNPL) merupakan salah satu inovasi keuangan digital yang berkembang pesat saat ini, yaitu metode pembayaran digital yang memungkinkan pengguna bertransaksi terlebih dahulu dan membayar secara bertahap melalui sistem cicilan. BNPL menjadi bagian penting dalam perkembangan *financial technology* (*fintech*), khususnya pada sektor pembayaran digital. *Fintech* berkembang pesat di Indonesia melalui berbagai inovasi, terutama dalam layanan seperti pembayaran, penyimpanan dana, hingga pinjaman uang (Purwanto et al., 2022).

Tabel 1. Penggunaan Metode Pembayaran di Indonesia

No	Nama	Nilai Persentase (%)
1	Dompot digital atau e-wallet	75,1%
2	PayLater	70,5%
3	Tunai/Cash on Delivery (COD)	51,1%
4	Transfer Bank/ Virtual Account	47,6%
5	Alfamart/Indomaret	18%
6	Kartu Debit	17,2%
7	Kartu Kredit	9,5%
8	Lainnya	0,2%

Sumber: databoks.katadata.co.id

Di Indonesia, layanan PayLater menjadi salah satu metode pembayaran yang semakin banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Berdasarkan survei penggunaan metode pembayaran di Indonesia, PayLater menempati posisi kedua dengan persentase pengguna sebesar 70,5%, hanya dibawah dompet digital yang mencapai 75,1% (Muhamad, 2023). Di Indonesia, tingkat adopsi layanan PayLater terus meningkat, terutama di kalangan generasi muda. Hal ini menunjukkan meningkatnya penerimaan masyarakat terhadap layanan kredit digital dalam aktifitas transaksi sehari-hari.



Gambar 1. Aplikasi PayLater Terpopuler di kalangan Milenial dan Gen Z

Di antara berbagai layanan BNPL, Shopee PayLater menjadi layanan paling populer di kalangan generasi muda. Survei IDN Research Institute (2025), menunjukkan bahwa Shopee PayLater digunakan oleh sekitar 50% responden generasi milenial dan Generasi Z di Indonesia. Populasi Shopee PayLater dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan akses, proses aktivasi yang cepat, fleksibilitas cicilan, serta integrasi langsung dengan platform e-commerce Shopee. Pengguna dapat memilih tenor pembayaran mulai dari satu bulan hingga dua belas bulan dengan sistem persetujuan otomatis berbasis teknologi digital. Tingginya penggunaan Shopee PayLater menunjukkan bahwa faktor kemudahan penggunaan, fleksibilitas pembayaran, dan akses layanan berperan dalam mendorong adopsi serta keberlanjutan penggunaan layanan BNPL oleh konsumen (Magelo et al., 2023).

Meskipun demikian, tingginya penggunaan Shopee PayLater juga menimbulkan berbagai konsekuensi risiko. Risiko finansial muncul dalam bentuk kewajiban cicilan, bunga, dan keterlambatan, hingga potensi penumpukan hutang. Risiko privasi berkaitan dengan penggunaan dan penyimpanan data pribadi pengguna, sedangkan risiko psikologis berkaitan dengan tekanan emosional akibat kewajiban pembayaran yang terus berlangsung.

Menurut Featherman & Pavlou (2003) persepsi risiko (*perceived risk*) dalam konteks adopsi layanan elektronik terdiri atas tujuh dimensi, yaitu *performance risk*, *financial risk*, *time risk*, *psychological risk*, *social risk*, *privacy risk*, dan *overall risk*, yang secara keseluruhan menggambarkan potensi kerugian yang dapat muncul ketika individu menggunakan layanan elektronik. Meskipun ketujuh dimensi tersebut relevan secara umum, beberapa studi menunjukkan bahwa tidak semua dimensi memiliki bobot yang setara dalam setiap konteks layanan digital. Featherman & Pavlou (2003) sendiri menegaskan bahwa komponen risiko yang relevan dapat bervariasi bergantung pada kelas produk atau layanan yang diteliti. Dalam konteks layanan BNPL berbasis kredit digital seperti Shopee PayLater, tiga dimensi dipilih berdasarkan relevansinya yang secara konsisten terdokumentasi dalam literatur. *Financial risk* berkaitan langsung dengan potensi kerugian akibat utang, bunga dan denda keterlambatan yang menjadi karakteristik layanan BNPL, *privacy risk* relevan karena layanan ini mensyaratkan akses terhadap data finansial dan identitas pribadi pengguna yang terbukti memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai yang dirasakan dan niat penggunaan dalam layanan pembayaran digital. Serta *psychological risk* yang mencerminkan tekanan emosional akibat kekhawatiran terhadap kemampuan membayar dan potensi jebakan utang konsumtif.

Performance risk tidak digunakan karena Shopee PayLater telah terintegrasi dalam ekosistem e-commerce sehingga keandalan sistem relatif tidak lagi menjadi kekhawatiran utama bagi pengguna aktif. Sejalan dengan hal ini Wei et al., (2025) menegaskan bahwa *physical risk* yang secara konseptual berkerabat dengan *performance risk* dalam hal ketidakandalan sistem, umumnya dikecualikan dalam studi adopsi inovasi mobile karena tidak relevan dengan karakteristik layanan digital. *Time risk* kurang relevan karena proses transaksi BNPL bersifat cepat dan otomatis, sehingga potensi kerugian waktu tidak menjadi pertimbangan dominan dalam keputusan penggunaan berkelanjutan. *Social risk* juga tidak menjadi fokus karena penggunaan layanan PayLater telah menjadi praktik yang lazim di kalangan Milenial dan Gen Z, sehingga tekanan sosial relatif rendah dibanding dimensi risiko lainnya. Sementara *overall risk* dikecualikan karena dimensi ini bersifat agregat dan berpotensi menimbulkan tumpang tindih konstruk dengan dimensi spesifik yang telah digunakan secara terpisah. Dengan demikian, *financial risk*, *privacy risk*, dan *psychological risk* dipilih karena secara konsisten terdokumentasi sebagai dimensi paling dominan dalam konteks layanan keuangan digital berbasis kredit.

Dalam menjelaskan perilaku penggunaan teknologi, beberapa model teoritis sering digunakan seperti, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *Expectation Confirmation Model* (ECM), dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini menggunakan TPB karena model tersebut dinilai lebih mampu menjelaskan perilaku yang melibatkan pertimbangan rasional, tekanan sosial, dan persepsi kontrol perilaku. Berdasarkan TPB yang dikembangkan oleh Ajzen, (1991), niat untuk melakukan suatu perilaku terbentuk dan dipengaruhi oleh tiga komponen utama yaitu *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control*, yang secara bersamaan mampu menangkap dimensi evaluatif, sosial, dan kontrol diri dalam satu kerangka.. Penelitian Diéguez et al., (2023) menjelaskan bahwa TPB fokusnya adalah pada penerimaan layanan (*service acceptance*), bukan semata pada penerimaan teknologi (*technology acceptance*), sehingga lebih tepat untuk konteks layanan keuangan yang melibatkan pertimbangan rasional dan sosial. Penelitian Hagger & Hamilton (2025) juga menunjukkan bahwa TPB konsisten dalam memprediksi niat dan perilaku di berbagai populasi dan konteks.

Pemilihan TPB dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik BNPL yang tidak terbatas pada penerimaan teknologi, namun juga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan finansial. Dalam konteks PayLater, pengguna perlu mempertimbangkan manfaat penggunaan sekaligus risiko yang mungkin muncul. Penelitian oleh Bland et al (2024), tentang faktor persepsi risiko pada adopsi mobile payment menunjukkan bahwa *psychological risk* berpengaruh negatif terhadap sikap penggunaan layanan pembayaran digital. Selain itu penelitian Octaviana et al (2024), mengenai literasi keuangan, persepsi risiko, dan penggunaan PayLater menunjukkan bahwa *financial risk*, berpengaruh negatif signifikan terhadap sikap penggunaan layanan PayLater.

Beberapa penelitian sebelumnya masih menunjukkan adanya kesenjangan (*research gap*) terkait hubungan antara persepsi risiko dan niat berkelanjutan penggunaan layanan BNPL, khususnya pada konteks Shopee PayLater di Indonesia. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap sikap pengguna serta menguji pengaruh *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* terhadap *continuance intention* penggunaan Shopee PayLater.

2. Metode

2.1 Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif melalui metode survei, dengan populasi yaitu pengguna aktif Shopee PayLater di Indonesia dari kalangan Milenial (30-45 tahun) dan Generasi Z (14-29 tahun) yang telah menggunakan layanan minimal 4-5 kali dalam tiga bulan terakhir. Meskipun secara demografis Gen Z mencakup usia 14-29 tahun, seluruh responden penelitian merupakan pengguna aktif Shopee PayLater yang memiliki akses layanan melalui verifikasi identitas. Dengan demikian, responden dalam penelitian ini secara *de facto* berada pada usia 17 tahun keatas, sedangkan pencantuman usia 14 tahun hanya mengacu pada klasifikasi generasi. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penggunaan metode ini ditentukan berdasarkan pada kriteria yang relevan bahwa tidak tersedia kerangka sampling (*sampling frame*) yang lengkap untuk seluruh pengguna aktif Shopee PayLater di Indonesia, sehingga pengambilan sampel dilakukan secara terarah sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria responden adalah warga negara Indonesia pada kalangan Gen Z dan Milenial, pengguna aktif Shopee PayLater yang telah menggunakan fitur dan melakukan transaksi minimal 4-5 kali dalam tiga bulan terakhir. Sehingga pengguna memiliki pengalaman pengguna yang cukup untuk menilai variabel dalam penelitian, dan jumlah sampel ditetapkan sebesar 210 responden yang tersebar di seluruh Indonesia.

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel persepsi, sikap, dan pendapat responden terhadap variabel penelitian dilakukan menggunakan skala Likert 4 poin. Meskipun skala 5 dan 7 poin lebih umum digunakan dalam penelitian berbasis SEM-PLS karena kemampuan menangkap gradasi respons yang lebih luas dan menghasilkan koefisien reliabilitas serta validitas yang lebih tinggi, penelitian ini memilih skala 4 poin dengan pertimbangan metodologis yang spesifik. Penggunaan skala genap berfungsi sebagai *forced-choice scale* yang mengharuskan responden untuk memberikan pilihan yang lebih pasti pada setiap pernyataan (Hertanto, 2017). Hal ini sesuai dalam konteks penelitian, mengingat topik yang diukur yaitu persepsi risiko dan sikap terhadap layanan kredit digital adalah domain yang familiar bagi pengguna aktif Shopee PayLater, sehingga responden dianggap memiliki cukup pengalaman untuk memberikan respons topik tanpa membutuhkan pilihan netral. Penggunaan skala 4 poin bertujuan untuk menghindari kecenderungan responden memberikan jawaban netral atau tengah (*central tendency effect*) serta menghindari makna ganda pada kategori ragu-ragu (*undecided*) yang bersifat *multi interpretatif* atau memiliki arti ganda (Hertanto, 2017).

Tabel 2. Skala Likert

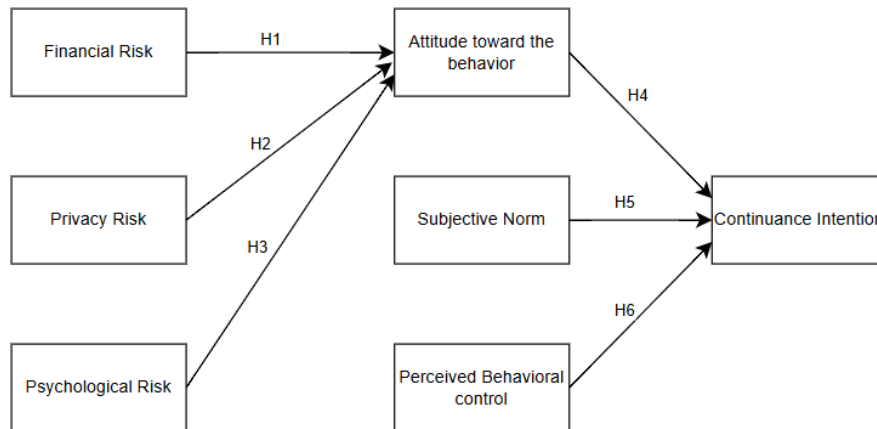
No	Alternatif Jawaban	Skala atau Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Modifikasi skala Likert (Hertanto, 2017)

Berdasarkan skala Likert yang telah ditentukan, responden diberikan skor pada setiap jawaban berdasarkan tingkat persetujuan terhadap pernyataan. Pemberian skor digunakan untuk memudahkan pengukuran persepsi, sikap, dan tanggapan responden terhadap variabel yang diteliti sehingga data dapat dianalisis lebih lanjut.

2.2 Model Penelitian

Penelitian ini mengembangkan model konseptual yang menggabungkan persepsi risiko sebagai faktor awal dengan komponen TPB sebagai mediator untuk menjelaskan niat berkelanjutan penggunaan Shopee PayLater.



Gambar 2. Model Penelitian

Gambar diatas menampilkan model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Model tersebut mengintegrasikan variabel persepsi risiko (risiko finansial, risiko privasi, dan risiko psikologis) sebagai variabel independen, dengan sikap sebagai variabel mediator, serta norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku sebagai variabel eksogen yang secara langsung mempengaruhi niat berkelanjutan (*continuance intention*) penggunaan Shopee PayLater. Kerangka model dibuat berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Berdasarkan model penelitian tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis yang menggambarkan hubungan antara persepsi risiko, komponen *Theory of Planned Behavior* (TPB), dan *Continuance Intention* pengguna Shopee PayLater yaitu sebagai berikut:

1. H1: Persepsi risiko finansial secara signifikan berpengaruh negatif terhadap sikap
2. H2: Persepsi risiko privasi secara signifikan berpengaruh negatif terhadap sikap
3. H3: Persepsi risiko psikologis secara signifikan berpengaruh negatif terhadap sikap
4. H4: Sikap secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan
5. H5: Norma subjektif secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan
6. H6: Persepsi kontrol perilaku secara signifikan berpengaruh positif terhadap niat berkelanjutan.

Selanjutnya hipotesis tersebut dianalisis untuk mengetahui bagaimana pengaruh antar variabel terhadap niat berkelanjutan penggunaan Shopee PayLater.

2.3 Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS. Evaluasi model dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Sebelum pengujian model, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban pada setiap variabel penelitian.

Evaluasi *outer model* bertujuan untuk menilai kualitas instrument penelitian yang mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk. Validitas konvergen dievaluasi melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE), dimana indikator

dinyatakan valid apabila memiliki *outer loading* $>0,70$ dan $AVE > 0,50$. Sementara validitas diskriminan dianalisis menggunakan pendekatan *Cross Loading* untuk memastikan setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Reliabilitas konstruk diukur melalui *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* untuk memastikan konsistensi internal antar indikator dengan nilai minimum 0,70.

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dalam model penelitian. Penilaian ini meliputi koefisien determinan (R^2), ukuran efek (F^2), serta *predictive relevance* (Q^2). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping* dengan melihat nilai *T-Statistic* dan *P-Value* sebagai dasar penentuan signifikansi hubungan antar variabel (Chin, 1998). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* pada SEM-PLS dengan melihat nilai *path coefficient*, *t-statistic*, dan *p-value*. Hubungan antarvariabel dinyatakan signifikan apabila nilai *t-statistic* $>1,96$ atau *p-value* $<0,05$ pada tingkat signifikansi 5%.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik responden

Sebelum tahap pengumpulan data utama, dilakukan uji coba awal (*pilot test*) terhadap 30 responden untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrument. Hasil *pilot test* menunjukkan seluruh konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ dan $AVE > 0,5$. Pengumpulan data utama dilaksanakan selama dua bulan melalui Google Form yang disebarluaskan secara daring di media sosial, seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Tiktok, Twitter, dan Telegram. Sebanyak 210 responden memenuhi syarat.

Hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 210 responden di Indonesia, dengan perhitungan 50% dari kalangan milenial dan 50% dari kalangan Gen Z. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 161 responden (77%) dan laki-laki sebanyak 49 responden (23%). Berdasarkan usia, kelompok umur 21-29 tahun mendominasi dengan jumlah 102 responden (49%), umur 30-36 tahun sebanyak 92 responden (44%), 37-45 tahun sebanyak 13 responden (6%), dan 14-20 tahun ada 3 responden (1%). Dari pekerjaan responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak (33%), diikuti oleh pelajar/mahasiswa (30%), wiraswasta (21%), PNS/PPPK (10%), ibu rumah tangga (4%), dan lainnya (0,5%). Dari sisi frekuensi penggunaan sebanyak 56% menggunakan Shopee PayLater sebanyak 4-5 kali dalam 3 bulan terakhir sedangkan 44% lainnya menggunakan lebih dari 5 kali dalam 3 bulan terakhir. Tenor cicilan yang paling banyak dipilih adalah 3 bulan sebanyak 43%.

3.2 Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif diinterpretasikan berdasarkan rentang interval kategori skala Likert 4 poin berikut ini:

Tabel 3. Skala Analisis Deskriptif

Rentang Mean	Kategori
1,00-1,75	Sangat Rendah
1,76-2,50	Rendah
2,51-3,25	Tinggi
3,26-4,00	Sangat Tinggi

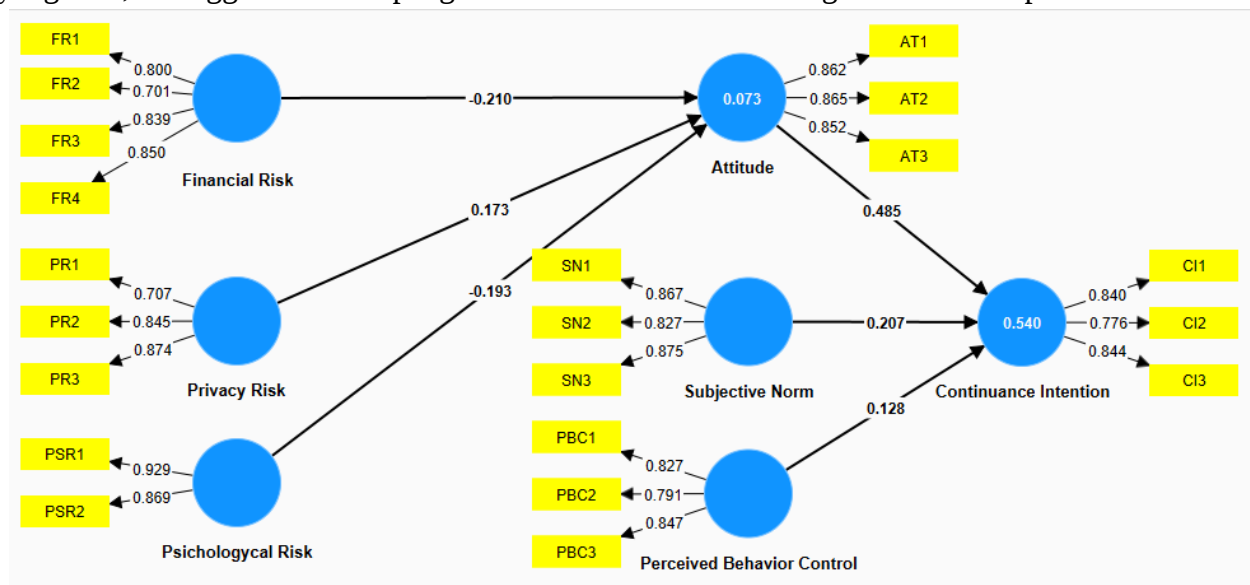
Berdasarkan kategori tersebut, variabel *financial risk* memiliki rata-rata sebesar 2,559 pada kategori tinggi yang menunjukkan bahwa responden cenderung secara umum merasakan risiko finansial dalam penggunaan Shopee PayLater. Sementara itu, variabel *privacy risk* dengan nilai

2,650 pada kategori tinggi dan *psychological risk* dengan nilai 2,711 pada kategori tinggi menunjukkan kecenderungan responden yang masih memiliki kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi serta dampak emosional dalam penggunaan layanan.

Pada komponen variabel TPB, nilai rata-rata *attitude* memiliki nilai 2,860 (tinggi) menunjukkan bahwa responden memiliki penilaian positif terhadap Shopee PayLater. Variabel *subjective norm* memiliki nilai 2,768 (tinggi) yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Selain itu *perceived behavior control* memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,247 (tinggi) yang menunjukkan bahwa responden merasa mampu dan mudah dalam menggunakan layanan Shopee PayLater. Variabel *continuance intention* memiliki nilai rata-rata 2,822 (tinggi) yang menunjukkan adanya kecenderungan responden untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan dimasa mendatang.

3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas (*Outer Model*)

Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,70 dan AVE > 0,50, sehingga validitas konvergen terpenuhi (Cheung et al., 2023). Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan *cross loading* menunjukkan bahwa masing-masing indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi pada konstruk yang diukur sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* seluruh konstruk > 0,70. Dengan demikian, instrument penelitian dinyatakan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga item-item pengukuran konsisten dalam mengukur konstruk penelitian.



Gambar 3. Outer Model

Gambar diatas merupakan hasil pengujian *outer model* menggunakan SmartPLS. Setiap indikator ditampilkan bersama nilai *outer loading* yang menunjukkan kekuatan hubungan antara indikator dengan konstruknya. Berdasarkan output tersebut, seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,70, sehingga dinyatakan valid secara konvergen.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode	Outer Loading	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Financial Risk	FR1	0.800	0.639	0,816	0,876	Valid
	FR2	0.701				Valid
	FR3	0.839				Valid
	FR4	0.850				Valid
Privacy Risk	PR1	0.707	0.659	0,755	0,852	Valid
	PR2	0.845				Valid
	PR3	0.874				Valid
Psychological Risk	PSR1	0.929	0.809	0,768	0,894	Valid
	PSR2	0.869				Valid
Attitude	AT1	0.862	0.739	0,824	0,895	Valid
	AT2	0.865				Valid
	AT3	0.852				Valid
Subjective Norm	SN1	0.867	0.734	0,818	0,892	Valid
	SN2	0.827				Valid
	SN3	0.875				Valid
Perceived Behavior Control	PBC1	0.827	0.676	0,762	0,862	Valid
	PBC2	0.791				Valid
	PBC3	0.847				Valid
Continuance Intention	CI1	0.840	0.674	0,757	0,861	Valid
	CI2	0.776				Valid
	CI3	0.844				Valid

Keterangan: Seluruh konstruk dinyatakan valid apabila Outer Loading > 0,70 dan AVE > 0,50; dinyatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha > 0,70 dan Composite Reliability > 0,70

Berdasarkan hasil pengujian *outer model* pada tabel diatas, seluruh konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen, yang ditunjukkan oleh nilai *outer loading* > 0.70 serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.50. Selain itu seluruh variabel juga menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik, dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* masing-masing berada > 0.70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian bahwa konsistensi internal berada pada tingkat yang bisa diterima.

3.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pada tahap analisis struktur model (*inner model*), analisis dilakukan untuk mengukur kemampuan model dalam memaparkan hubungan kausal antar variabel laten serta kekuatan prediksinya. Evaluasi ini mencakup pengujian koefisien determinan (*R-Square*), *predictive relevance* (*Q-Square*), serta *effect size* (*F-Square*). Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen pada model, sedangkan *Q-Square* berfungsi untuk menguji relevansi prediktif model melalui prosedur *blindfolding*. Selain itu, nilai *F-Square* digunakan untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural.

Tabel 5. Nilai R-Square

Variabel	R-Square	Keterangan
Attitude	0.073	Lemah
Continuance Intention	0.540	Sedang

Berdasarkan tabel tersebut nilai R^2 pada variabel *Attitude* memiliki nilai 0,073 (lemah), menunjukkan bahwa risiko finansial, privasi dan psikologis hanya mampu menjelaskan 7,3% varians sikap. Rendahnya nilai tersebut menunjukkan bahwa pembentukan sikap terhadap

penggunaan Shopee PayLater tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi risiko, namun juga bisa dipengaruhi faktor lain seperti persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang dirasakan, kebiasaan penggunaan, promosi, maupun gaya hidup konsumtif pengguna. Dalam konteks layanan BNPL, pengguna cenderung lebih mempertimbangkan aspek kemudahan transaksi dan fleksibilitas pembayaran dibandingkan persepsi risiko dalam membentuk sikap terhadap layanan. Sedangkan nilai R^2 pada *Continuance Intention* memiliki nilai 0,540 (moderat) menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku menjelaskan 54% varians niat berkelanjutan. Hasil ini menunjukkan bahwa model lebih efektif dalam menjelaskan niat berkelanjutan dibandingkan sikap pengguna, serta memberi kemungkinan adanya variabel lain di luar model yang berperan dalam membentuk sikap pengguna.

Tabel 6. Nilai F-Square

	AT	CI
AT	-	0.221
CI	-	-
FR	0.025	-
PBC	-	0.019
PR	0.017	-
PSR	0.024	-
SN	-	0.048

Keterangan: AT = *Attitude*, CI = *Continuance Intention*, FR = *Financial Risk*, PBC = *Perceived Behavior Control*, PR = *Privacy Risk*, PSR = *Psychological Risk* SN = *Subjective Norm*.

Berdasarkan nilai F^2 , variabel sikap terhadap niat berkelanjutan memiliki pengaruh sebesar 0,221 (moderat) yang paling dominan dalam model. Sementara itu, risiko finansial (0,025), risiko psikologis (0,024), dan norma subjektif (0,048), menunjukkan pengaruh lemah, sedangkan persepsi kontrol perilaku (0,019) dan risiko privasi (0,017) tidak berpengaruh secara signifikan. Secara keseluruhan, hanya variabel sikap yang memberikan pengaruh, sementara variabel lain terbatas.

Tabel 7. Nilai Q-Square

Variabel	Q-Square	Predictive Relevance
<i>Attitude</i>	0.047	Ya
<i>Continuance Intention</i>	0.315	Ya

Nilai Q-Square pada variabel *Attitude* (0,047) dan *Continuance Intention* (0,315) yang keduanya lebih besar dari nol (0) menunjukkan bahwa model menunjukkan adanya daya prediktif yang memadai. Hal ini mengindikasikan bahwa konstruk dalam model mampu memprediksi variabel endogen secara cukup baik, berdasarkan kriteria yang dijelaskan oleh Hair et al., (2019). Selain itu, nilai Q-Square yang lebih tinggi pada variabel *Continuance Intention* menunjukkan prediksi yang lebih kuat dibanding dengan variabel *Attitude*.

Namun, interpretasi terhadap hasil *inner model* tidak hanya berfokus pada kategori nilai (lemah, moderat atau kuat), melainkan juga perlu mempertimbangkan kesesuaian model dengan kerangka teori yang digunakan. Nilai R-Square yang rendah pada variabel tersebut dapat mengindikasikan masih ada faktor lain di luar model yang memiliki pengaruh signifikan, sehingga perlu menjadi perhatian dalam pengembangan model penelitian selanjutnya.

3.5 Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dengan *bootstrapping* dengan tingkat kepercayaan 95% menunjukkan lima dari enam hipotesis diterima, sedangkan satu hipotesis ditolak.

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur	Path Coefficient	T-Statistik	P-Value	Keputusan
H1	FR → AT	-0,210	2,077	0,038	Diterima
H2	PR → AT	0,173	1,353	0,176	Ditolak
H3	PSR → AT	-0,193	2,185	0,029	Diterima
H4	AT → CI	0,485	6,112	0,000	Diterima
H5	SN → CI	0,207	2,627	0,009	Diterima
H6	PBC → CI	0,128	2,114	0,035	Diterima

Keterangan: FR = Financial Risk; PR = Privacy Risk; PSR = Psychological Risk; AT = Attitude; SN = Subjective Norm; PBC = Perceived Behavior Control; CI = Continuance Intention. Hipotesis diterima apabila T-Statistik > 1,96 dan P-Value < 0,05.

Berdasarkan tabel tersebut persepsi risiko finansial terbukti memiliki pengaruh yang negatif secara signifikan terhadap sikap pengguna (H1) dengan nilai ($\beta = -0,210$; $T = 2,077$; $p = 0,038$). Artinya, semakin tinggi kekhawatiran pengguna terhadap potensi beban cicilan, denda keterlambatan, dan akumulasi hutang, maka semakin rendah penilaian positif pada layanan. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Octaviana et al., (2024) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif secara signifikan pada risiko finansial terhadap sikap pengguna PayLater pada generasi milenial di wilayah Jabodetabek.

Risiko privasi tidak terbukti berpengaruh negatif secara signifikan terhadap sikap (H2) karena nilai ($\beta = 0,173$; $T = 1,353$; $p = 0,176$). Meskipun responden menyadari adanya risiko kebocoran data, hal tersebut tidak menjadi faktor utama dalam membentuk sikap. Hasil ini sesuai dengan penelitian Irawan & Affan (2020), yang menemukan bahwa pengaruh privasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan *payment fintech* di Indonesia karena pengguna cenderung menerima risiko privasi selama layanan memberikan manfaat dan kemudahan yang lebih besar. Hasil ini menunjukkan adanya fenomena *privacy paradox* sesuai dengan penelitian Acquisti et al., (2015) yaitu fenomena dimana individu menyatakan kekhawatiran tinggi terhadap privasi verbal, namun dalam praktiknya menerima kondisi yang membahayakan privasi mereka demi memperoleh manfaat praktis dan diinginkan. Dalam Shopee PayLater, manfaat berupa akses kredit instan, kemudahan belanja, dan berbagai promosi, jauh lebih kuat secara psikologis dibandingkan kekhawatiran terhadap potensi kebocoran data. Selain itu, reputasi dan skala Shopee yaitu platform *e-commerce* terbesar yang ada di Indonesia, dan diatur oleh OJK, telah membangun tingkat kepercayaan yang cukup tinggi sehingga mengurangi rasa takut terhadap risiko privasi bagi pengguna.

Persepsi risiko psikologis terbukti berpengaruh negatif secara signifikan terhadap sikap pengguna (H3) dengan nilai ($\beta = -0,193$; $T = 2,185$; $p = 0,029$). Tekanan emosional seperti kecemasan terhadap kewajiban pembayaran dan ketidaknyamanan psikologis menurunkan pandangan positif pengguna terhadap penggunaan Shopee PayLater. Hasil ini sesuai dengan penelitian Bland et al.,(2024) yang menemukan bahwa adanya pengaruh negative pada risiko psikologis terhadap sikap pengguna dalam penelitian adopsi *mobile payment*. Karakteristik pengguna BNPL yang didominasi oleh generasi muda di Indonesia menunjukkan kerentanan terhadap risiko psikologis, dilihat dari kewajiban cicilan yang mengikat dapat menimbulkan tekanan mental berkelanjutan, terutama bagi pengguna dengan literasi keuangan yang terbatas.

Sikap terbukti sebagai prediktor terkuat niat berkelanjutan (H4) dengan nilai ($\beta = 0,485$; $T = 6,112$; $p = 0,000$). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin positif evaluasi pengguna terhadap layanan Shopee PayLater, maka semakin kuat pula kecenderungan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), sikap

merepresentasikan evaluasi individu terhadap suatu perilaku, yang selanjutnya mempengaruhi pembentukan niat perilaku. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengguna yang melihat Shopee PayLater sebagai layanan yang membantu kebutuhan transaksi, memberikan kemudahan, serta mendukung fleksibilitas pembayaran cenderung memiliki niat penggunaan berkelanjutan yang lebih tinggi. Nilai F^2 sebesar 0,221 menunjukkan efek moderat pada konstruk ini. Hasil ini sesuai dengan penelitian Mehrabioun, (2024) yang menyimpulkan sikap sebagai pendorong utama pada niat berkelanjutan dalam platform digital, serta penelitian Song & Jo, (2023) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada sikap (coefficient = 0,215; $T = 3,167$) terhadap niat berkelanjutan pada layanan *omnichannel*. Implikasinya, strategi yang berfokus untuk meningkatkan persepsi positif pengguna, misalnya transparansi biaya, kemudahan fitur, dan promosi yang tepat akan secara langsung mendorong minat pengguna.

Norma subjektif terbukti berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat berkelanjutan (H5) dengan nilai ($\beta = 0,207$; $T = 2,627$; $p = 0,009$). Dukungan sosial dari keluarga atau teman terbukti memperkuat keputusan pengguna untuk melanjutkan penggunaan layanan. Hasil ini sesuai dengan penelitian Song & Jo, (2023) dan Li et al., (2022). Indonesia dengan budaya kolektivitas yang tinggi, pengaruh sosial menjadi faktor penting dalam adopsi teknologi keuangan. Hasil ini juga menunjukkan adanya relevansi komponen norma subjektif dalam konteks layanan BNPL, berbeda dengan beberapa penelitian yang menentukan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan dalam konteks pembayaran digital yang lebih individual (Usman et al., 2025).

Persepsi kontrol perilaku menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan dengan nilai ($\beta = 0,128$; $T = 2,114$; $p = 0,035$). Keyakinan pengguna terhadap kemampuan mengelola pembayaran dan memahami sistem kredit mendorong niat berkelanjutan penggunaan. Penelitian Song & Jo, (2023) menemukan pengaruh positif signifikan pada PBC dengan nilai (coefficient = 0,318; $T = 3,167$) terhadap niat berkelanjutan pada layanan *omnichannel*. Meskipun nilai *path coefficient* PBC dalam penelitian ini lebih kecil dibanding sikap dan norma subjektif, signifikansi ini penting untuk literasi keuangan dan digital dalam mendukung penggunaan BNPL yang bertanggung jawab.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan model TPB dengan persepsi risiko secara efektif mampu menjelaskan niat berkelanjutan penggunaan Shopee PayLater dengan nilai $R^2 = 0,540$. Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian hipotesis, pengguna Shopee PayLater dari kalangan Milenial dan Gen Z terbukti tetap memiliki niat yang kuat untuk melanjutkan penggunaan layanan meskipun telah menyadari berbagai bentuk risiko. Hasil ini menunjukkan bahwa risiko finansial dan risiko psikologis menjadi faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap pengguna terhadap layanan BNPL. Sedangkan risiko privasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks layanan BNPL, pengguna cenderung lebih mempertimbangkan manfaat, praktis, kemudahan transaksi, dan fleksibilitas pembayaran dibandingkan kekhawatiran privasi data. Selain itu sikap terbukti menjadi faktor paling dominan dalam mempengaruhi niat berkelanjutan, diikuti oleh norma subjektif dan kontrol perilaku. Hasil ini memperkuat relevansi TPB dalam menjelaskan perilaku penggunaan layanan keuangan digital khususnya BNPL di Indonesia.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model TPB melalui integrasi persepsi risiko dalam konteks layanan BNPL. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa tidak seluruh dimensi risiko memiliki pengaruh yang sama terhadap perilaku pengguna, sehingga persepsi risiko perlu dipahami secara lebih spesifik sesuai karakteristik layanan digital yang diteliti.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penyedia layanan BNPL untuk lebih memperhatikan aspek pengelolaan risiko finansial dan psikologis pengguna, misalnya melalui transparansi biaya, pengendalian limit penggunaan, edukasi terkait pengelolaan utang digital, serta penyediaan fitur pengingat pembayaran. Upaya tersebut penting untuk membangun sikap positif pengguna dan mempertahankan penggunaan layanan secara berkelanjutan. Selain itu, bagi regulator *fintech* seperti Otoritas Jasa Keuangan, hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan dalam memperkuat kebijakan perlindungan konsumen, khususnya terkait edukasi risiko penggunaan BNPL dan pengawasan praktik layanan kredit digital.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu cakupan persepsi risiko hanya mencakup tiga dimensi sehingga belum menggambarkan keseluruhan risiko yang dirasakan pengguna BNPL. Beberapa indikator yang digunakan diadaptasi dari referensi dengan konstruk yang tidak sepenuhnya sesuai dengan karakteristik spesifik layanan Shopee PayLater, sehingga berpotensi memengaruhi akurasi pengukuran. Dan distribusi responden belum merata secara geografis dan pendekatan *cross-sectional* yang digunakan hanya mampu melihat perilaku pada satu titik waktu.

Oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan digital, kepercayaan, atau kebiasaan penggunaan, kemudian memperluas cakupan responden secara lebih proporsional, serta menggunakan pendekatan yang mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan berkelanjutan layanan BNPL.

Daftar Pustaka

- Acquisti, A., Brandimarte, L., & Loewenstein, G. (2015). Privacy and human behavior in the age of information, 347(6221), 509–514.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bland, E., Changchit, C., Changchit, C., Cutshall, R., & Pham, L. (2024). Investigating the Components of Perceived Risk Factors Affecting Mobile Payment Adoption. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(6). <https://doi.org/10.3390/jrfm17060216>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., S.Lau, R., & C.Wang, L. (2023). *Reporting reliability , convergent and discriminant and best - practice recommendations*. *Asia Pacific Journal of Management* (Vol. 41). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling.
- Diéguez, A. I., Martín, F. V., & Camacho, M. A. (2023). Predicting Fintech Innovation Adoption : the Mediator Role of Social Norms and Attitudes. *Financial Innovation*. <https://doi.org/10.1186/s40854-022-00434-6>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Hagger, M. S., & Hamilton, K. (2025). Progress on theory of planned behavior research: advances in research synthesis and agenda for future research. *Journal of Behavioral Medicine*, 48(1), 43–56. <https://doi.org/10.1007/s10865-024-00545-8>

- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & M. Ringle, C. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM, *31*(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hertanto, E. (2017). Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala, (September), 1–4. Retrieved From <https://www.academia.edu>
- IDN Research Institute. (2025). Indonesia Millennial and Gen Z Report 2025. In *IDN Research Institute* (pp. 1–3).
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh privasi dan keamanan terhadap niat menggunakan payment fintech, *4*(1), 52–62.
- Jagadhita, P. A. A., & Tjhin, V. U. (2021). The Analysis Of Factors Influencing Intention To Use Pay Later Using Technology Acceptance Model (Tam), 467–479.
- Li, L., Wang, Q., & Li, J. (2022). Examining continuance intention of online learning during COVID-19 pandemic : Incorporating the theory of planned behavior into the expectation – confirmation model, (November), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1046407>
- Magelo, M., Sinaga, T., & Permana, E. (2023). Analisis Pemanfaatan Shopee Paylater Sebagai Alat Pinjaman Online Di Era Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (Jrpe)*, *8*, 199–205.
- Mehrabioun, M. (2024). A multi-theoretical view on social media continuance intention : Combining theory of planned behavior , expectation-confirmation model and consumption values. *Digital Business*, *4*(1), 100070. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2023.100070>
- Muhamad, N. (2023). 8 Layanan Paylater Terpopuler di Indonesia.
- Octaviana, F., Dewi, F. R., & Hidayati, N. (2024). Financial Literacy , Risk Perception , And Paylater Adoption : A Tpb Analysis, *10*(2), 491–502.
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, *11*(1), 80–91. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol11no1.220>
- Song, H. G., & Jo, H. (2023). Understanding the Continuance Intention of Omnichannel: Combining TAM and TPB. *Sustainability (Switzerland)*, *15*(4), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su15043039>
- Trianita, M., Ristoni, F. F. L., & Yunilma. (2024). Peran Teori TAM Dalam Meningkatkan Repurchase Intention Pengguna SPayLater, *26*(2), 311–323.
- Usman, B., Rianto, H., & Aujiropngpan, S. (2025). Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation. *International Journal of Information Management Data Insights*, *5*(1), 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100319>
- Wei, N., Liang, Y., Wang, H., & Liu, M. (2025). Analysis of mobile fintech adoption based on perceived value and risk theory: findings from PLS-SEM and fsQCA, (2025).