

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PERSEPSI ATAS TINGKAT BUNGA PADA NIAT MENGGUNAKAN ULANG SHOPEE PAYLATER**

Florensius Robert Felly  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi keamanan dan persepsi atas tingkat bunga pada niat menggunakan ulang Shopee Paylater. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna Shopee Paylater, telah melakukan *checkout* lebih dari satu kali pada aplikasi Shopee, dan pernah melakukan pembayaran dengan metode Shopee Paylater lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100. Data pada penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) persepsi kemudahan tidak berpengaruh pada niat menggunakan ulang Shopee Paylater; 2) persepsi keamanan tidak berpengaruh pada niat menggunakan ulang Shopee Paylater; 3) persepsi atas tingkat bunga berpengaruh positif pada niat menggunakan ulang Shopee Paylater.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi atas Tingkat Bunga, dan Niat Menggunakan Ulang.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF EASE, PERCEPTION OF SECURITY, AND PERCEPTION OF INTEREST RATES ON INTENTION TO RE-USE SHOPEE PAYLATER**

Florensius Robert Felly  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2024

This study aims to determine the effect of perceived ease, perceived security, and perceived interest rates on the intention to reuse Shopee Paylater. The sample in this study are Shopee Paylater users, who have checked out more than once on the Shopee application and have made payments using the Shopee Paylater method more than once. The sampling technique used was purposive sampling with a total sample of 100. The data obtained in this study was by distributing questionnaires. The data analysis techniques used were descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear regression analysis using the SPSS 26 application. The results of this study indicate that: 1) perceived ease of use does not affect the intention to re-use Shopee Paylater; 2) the perception of security does not affect the intention to re-use Shopee Paylater; 3) the perception of the interest rate has a positive effect on the intention to re-use Shopee Paylater.

Keywords: Perceived ease of use, Perception of Security, Perception of The Interest rate, and Intention to Re-use.