

VARIABEL DETERMINAN TERHADAP USE BEHAVIOUR SHOPEE PAYLATER PADA KALANGAN GEN Z DIMODERASI DENGAN JENIS KELAMIN

ABSTRAK

Abstract: The era of digitalization has significantly transformed consumer shopping behavior, with digital financial technology emerging as the fastest-growing digital service sector in Indonesia. One of the most rapidly expanding services within this sector is the paylater service, which allows for deferred payment to be settled at a future date. This research investigates the factors influencing the adoption and use behavior of one of the largest paylater services in Indonesia, Shopee Paylater among Generation Z, using the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model as the foundation of this research. This study identifies key factors such as hedonic motivation, facilitating conditions, behavioral intention, and use behavior, with gender as a moderating variable. The objective is to provide insights into Gen Z consumers' behavior in adopting Shopee Paylater, aiding service providers in understanding, adjusting, and optimizing their products towards this demographic. The results of this research shows that the hedonic motivation and facilitating conditions variables influence the behavioral intention to adopt Shopee Paylater services, as well as the facilitating conditions and behavioral intention variables influence the use behavior of Shopee Paylater users. The moderating variable in the form of gender also has an important role in determining the intention to adopt Shopee Paylater services.

Keywords: Paylater Service, Shopee Paylater, Gen Z, Consumer Behaviour

Abstrak: Era digitalisasi telah secara signifikan mengubah perilaku belanja konsumen, dengan teknologi keuangan digital muncul sebagai sektor layanan digital yang paling cepat berkembang di Indonesia. Salah satu layanan yang paling cepat berkembang dalam sektor ini adalah layanan paylater, yang memungkinkan pembayaran ditunda untuk diselesaikan di kemudian hari. Penelitian ini menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan perilaku penggunaan salah satu layanan paylater terbesar di Indonesia, Shopee Paylater, di kalangan Generasi Z, dengan menggunakan model Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) sebagai dasar penelitian ini. Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor utama seperti hedonic motivation, facilitating conditions, behavioural intention, dan use behaviour, dengan gender sebagai variabel moderasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan tentang perilaku konsumen Gen Z dalam mengadopsi Shopee Paylater, serta membantu penyedia layanan paylater dalam memahami, menyesuaikan, dan mengoptimalkan produk mereka terhadap demografi ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel hedonic motivation, dan facilitating conditions berpengaruh terhadap behavioural intention untuk mengadopsi layanan Shopee Paylater, serta variabel facilitating conditions dan behavioural intention mempengaruhi use behaviour dari pengguna Shopee Paylater. Variabel moderasi berupa jenis kelamin juga memiliki peran penting dalam menentukan niat mengadopsi layanan Shopee Paylater.

Kata kunci: Layanan Paylater, Shopee Paylater, Gen Z, Perilaku Konsumen