ABSTRAK

Febriyanthi, Putu Wina (2025). Pengaruh persepsi manfaat dan literasi keuangan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi terhadap minat penggunaan sistem pembayaran shopee paylater. Tesis, Program Studi Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I : Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si dan Pembimbing II: Trianasari, M.M., Ph.D.

Kemajuan teknologi telah mempermudah banyak aspek kehidupan, termasuk dalam hal sistem pembayaran dan layanan keuangan. PayLater adalah salah satu layanan keuangan yang ditawarkan oleh beberapa perusahaan *e-commerce* dan memiliki kesamaan dengan sistem kredit perbankan. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater; (2) untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap minat penggunaan metode pembayaran Shopee PayLater; (3) untuk menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater; (4) untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater; (5) untuk menguji pengaruh kepuasan konsumen terhadap minat penggunaan Shopee PayLater; (6) untuk menguji kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan Shopee PayLater; dan (7) untuk menguji literasi keuangan memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan Shopee PayLater.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah populasi sebanyak 3.117 mahasiswa fakultas ekonomi angkatan tahun 2023/2024, sedangkan sampel yang dibutuhkan sebanyak 97 responden dan teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater; (2) literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater; (3) persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater; (4) literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Shopee PayLater; (5) kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater; (6) kepuasan konsumen memediasi persepsi manfaat terhadap minat penggunaan Shopee PayLater; dan (7) kepuasan konsumen memediasi literasi keuangan terhadap minat penggunaan Shopee PayLater.

Kata kunci: persepsi manfaat, literasi keuangan, kepuasan konsumen, minat penggunaan Shopee PayLater *fintech*.

ABSTRACT

Febriyanthi, Putu Wina (2025). The Influence of Perceived Benefits and Financial Literacy with Consumer Satisfaction as a Mediating Variable on the Interest in Using the Shopee PayLater Payment System. Thesis, Management Science Study Program, Graduate Program, Ganesha University of Education.

This thesis has been approved and examined by Supervisor I: Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si and Supervisor II: Trianasari, M.M., Ph.D.

Advances in technology have made many aspects of life easier, including in terms of payment systems and financial services. Paylater is one of the financial services offered by several e-commerce companies and has similarities with the banking credit system. The objectives of this study were (1) to examine the effect of perception of benefits on the interest in using Shopee PayLater *payment methods; (2) to examine the effect of financial literacy on the interest in using* Shopee PayLater *payment methods; (3) to examine the effect of perception of benefits on* Shopee PayLater *consumer satisfaction; (4) to examine the effect of financial literacy on* Shopee PayLater *consumer satisfaction; (5) to examine the effect of consumer satisfaction on* Shopee PayLater *usage interest; (6) to examine consumer satisfaction mediate the effect of perception of benefits on interest in using* Shopee PayLater*; and (7) to examine financial literacy mediate the effect of perception of benefits on interest in using* Shopee PayLater.

This type of research used quantitative with a population of 3,117 students of the Faculty of economics class of 2023/2024, while the sample required 97 respondents, and the sampling technique used purposive sampling. The results showed that (1) perception of benefits has a significant positive effect on interest in using Shopee PayLater*; (2) financial literacy has a significant positive effect on interest in using* Shopee PayLater*; (3) perception of benefits has a significant positive effect on consumer satisfaction* Shopee PayLater*; (4) financial literacy has a significant positive effect on consumer satisfaction* Shopee PayLater*; (5) consumer satisfaction has a significant positive effect on interest in using* Shopee PayLater*; (6) consumer satisfaction can mediate the perception of benefits to the interest in using* Shopee PayLater*; and (7) consumer satisfaction can mediate financial literacy to the interest in using* Shopee PayLater.

Keywords: perception of benefits, financial literacy, consumer satisfaction, interest in using Shopee PayLater *fintech*.