

ABSTRAK

Penggunaan metode transaksi digital paylater menjadi salah satu tren di era digitalisasi transaksi saat ini. Inovasi dalam penerapan penggunaan teknologi transaksi digital dapat menarik minat masyarakat karena memudahkan dalam melakukan transaksi digital. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna yang akan berpengaruh terhadap continuance intention, penyedia layanan juga harus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi continuance intention transaksi digital paylater, yang berfokus pada individu berusia 18 tahun ke atas yang pernah melakukan transaksi digital paylater. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares (SEM-PLS). Model yang digunakan adalah Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM) yang telah dimodifikasi dengan enam variabel utama yaitu perceived ease of use, curiosity, joy, control, satisfaction, dan continuance intention. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa uji hipotesis yang dilakukan untuk 6 dari 7 hipotesis menunjukkan nilai T-Statistics >1.96, nilai P-Values <0.05, dan nilai R-Square pada klasifikasi rendah dan sedang menunjukkan klasifikasi sedang dan kecil pengaruh Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Transaksi Digital Paylater Menggunakan Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM).

Kata Kunci: Continuance Intention, Digital Transaction, Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM), Paylater