

## Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid - 19 di Kota Medan

Maria Kristina Situmorang\*

Program Studi Manajemen, Fakultas Sosial dan Hukum, Universitas Quality  
 Jalan Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Sumatera Utara - Indonesia  
**Koresponden:** [mariakristina89@gmail.com](mailto:mariakristina89@gmail.com)

### Kata Kunci:

Perilaku Konsumen, Uang Elektronik (Dompet Digital), Alat Pembayaran.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan uang elektronik (dompet digital) sebagai alat pembayaran pada masa pandemi Covid - 19 di kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 12.185 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner. Tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan uang elektronik (dompet digital) sebagai alat pembayaran pada masa pandemi Covid - 19 di kota Medan

### Keyword:

Consumer Behavior, Electronic Money (Digital Wallet), Payment Instruments

### ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of consumer behavior on the use of electronic money (digital wallets) as a means of payment during the Covid-19 pandemic in the city of Medan. The population in this research was 12,185 people. The sample in this study was 100 people. The data collection technique used was a questionnaire. The data analysis technique used is multiple regression analysis. The results showed that there was an effect of consumer behavior on the use of electronic money (digital wallets) as a means of payment during the Covid-19 pandemic in the city of Medan*

DOI : <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6646>



Published by Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Indonesia | Copyright © 2020 by the Author(s) | This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

### Cara Sitasi :

Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid - 19 di Kota Medan. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123-130.

### PENDAHULUAN

Pandemi telah mengubah perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara non tunai dengan menggunakan dompet digital agar mengurangi resiko terinfeksi virus corona yang menempel pada uang, kartu kredit atau tangan orang yang menyerahkan atau menerima uang tersebut. *World Health Organization* (WHO) mengimbau masyarakat agar dapat menerapkan *contactless payment*. *Contactless payment* dimaksudkan disini adalah mengurangi kontak dengan pembayaran tunai dengan menggunakan dompet digital atau transaksi elektronik (Sulistiyowati, et al., 2020). Adanya transaksi menggunakan dompet digital adalah wujud dari perkembangan teknologi. Masyarakat pun telah dikenalkan dengan gaya hidup tanpa uang tunai (*cashless society*) atau dikenal dengan Gerakan Non Tunai. *Cashless society* adalah sebutan yang

merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital. Dalam bertransaksi sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang nyata, melainkan uang digital (Bintarto, 2018). Dompot digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi *online*, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang *online*, dan tiket penerbangan. Dompot digital bisa di unduh secara gratis melalui *smartphone* setiap orang (Rosmayanti, 2019). Dompot digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat dimana dalam waktu seminggu sekitar satu hingga dua kali menggunakan pembayaran transaksi mencapai 68%. Adanya dompot digital seperti OVO, Gopay, Dana, Linkaja menjadikan manusia konsumtif dikarenakan mudahnya layanan transaksi melalui digital. Transaksi yang paling sering digunakan menurut hasil riset lembaga riset berbasis aplikasi, *snapchart* yaitu transaksi retail (28%), pemesanan transportasi online (27%), dan pemesanan makanan online (20%). Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* (15%) dan pembayaran tagihan (7%). Segmen transaksi pemesanan transportasi *online* dan pengiriman makanan *online*, data penelitian Snapcart menunjukkan posisi ovo sebagai dompot digital layanan Grab dan Grab Food menunjukkan 71% responden yang menggunakan ovo untuk transaksi ini (Supriyanto, 2019).

Berdasarkan data di atas dapat dikatakan bahwa uang elektronik untuk transaksi harian seperti transportasi, pengiriman makanan cepat saji, dan belanja telah populer di kalangan konsumen Indonesia terutama pada kaum generasi milenial maupun generasi Z yang dikenal fasih menggunakan teknologi. Bagi generasi milenial, sudah menjadi hal yang biasa berbelanja atau bertransaksi tanpa uang tunai. Mereka sudah terbiasa menggunakan alat-alat elektronik seperti kartu debit, kredit, ataupun uang elektronik (Rifah, 2019). Maraknya penggunaan dompot digital di kalangan generasi milenial menjadikan ketertarikan peneliti dalam hal memanfaatkan teknologi kekinian (uang elektronik) dari motif dan interaksi. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti menggunakan pendekatan interaksi simbolik.

Menurut (Rivai, Veithzal, & Idroes, 2007) uang elektronik adalah alat bayar elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut. Sedangkan menurut (Hidayati, Nuryanti, Fadly, & Darmawan, 2006)) pengertian uang elektronik (e-money) mengacu pada definisi yang dikeluarkan oleh Bank for International Settlement mendefinisikan uang elektronik sebagai "stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession" (produk storedvalue atau prepaid dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang)

Menurut Peraturan Bank Indonesia NOMOR:11/12PBI/2009, uang elektronik adalah pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut : 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip. 3) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan 4) Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Jenis uang elektronik berdasarkan tercatat atau tidaknya data identitas pemegang pada penerbit uang elektronik dibagi menjadi : 1) Uang Elektronik *Registered*, merupakan Uang elektronik yang data identitas pemegangnya tercatat/terdaftar pada penerbit uang elektronik. Dalam kaitan ini, penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabah dalam menerbitkan uang elektronik yang tersimpan pada *media chop* atau server jenis *registered* adalah Rp 5.000.000, 00 (lima juta Rupiah). 2) Uang Elektronik *Unregistered*, merupakan Uang Elektronik yang data identitasnya pemegang tidak tercatat/terdaftar pada penerbit uang elektronik. Batas

maksimum uang elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis *unregistered* adalah Rp 1.000.000,00 (satu juta Rupiah).

Penyelenggara uang elektronik yang wajib mengajukan izin sebagaimana peraturan Bank Indonesia (PBI) No.11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang uang elektronik dan surat edaran Bank Indonesia (SE BI) No.11/11/DASP tentang uang elektronik adalah prinsipal, penerbit, *acquirer*, penyelenggara kliring maupun penyelenggara penyelesaian akhir.

Perilaku konsumen dapat diartikan adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan berdasarkan keinginan yang ada pada dirinya dan memperoleh manfaat setelah mengkonsumsi terhadap pilihan dari keputusan yang telah diambil, manfaat itu dipaparkan menjadi dua bentuk yaitu nilai guna kardinal dan nilai guna ordinal atau dapat dikatakan nilai guna yang kepuasannya dapat dihitung, dan nilai guna yang kepuasannya tidak dapat dihitung (Arianty, et al., 2019). Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil tindakannya antara lain dari faktor budaya, sosial, psikologi, personal (Kotler & Armstrong, 2012).

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan-tindakan nyata individu atau kumpulan individu, misalnya suatu organisasi yang dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal yang mengarahkan mereka untuk memilih dan mengkonsumsi barang atau jasa yang diinginkan (Setiadi, 2019). Perilaku konsumen suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide. Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang langsung terlibat dalam jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan (Sumarwan, 2011). Berdasarkan riset yang dilakukan oleh (Pangestu, 2020) dalam menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital dapat membuat konsumen muda lebih konsumtif.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, karena mengambil sampel dari satu populasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel penelitian dan hipotesis pengujian (Nasution, et al., 2020). Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif, pendekatan asosiatif adalah pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel (variabel bebas dan variabel terikat). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan daftar pernyataan (angket). Populasi dalam penelitian ini adalah warga Kota Medan yang menggunakan uang elektronik (dompet digital) berjumlah 12.185 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21.00, dengan pengujian instrument, pengujian asumsi klasik, dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir angket yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi (Ghozali, 2011). Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu angket atau kuesioner adalah angka hasil korelasi antara skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Ukur valid atau tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output SPSS versi 25 berupa nilai item total statistik masing-masing butir angket.

Suatu butir angket dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  untuk uji dua arah pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ( $p=0,05$ ) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena itu  $N=100$ , maka derajat bebasnya adalah  $N-2=100-2=98$ . Nilai  $r_{tabel}$  dua arah  $df=98$  dan  $p=0,05$  adalah 0,1654. Hasil output SPSS yang diperoleh untuk uji

validitas dari variabel Perilaku Konsumen (X) terhadap Keputusan Menggunakan *E-Money*(Y) studi kasus Minimarket Indomaret Kota Medan dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumen (X)**

No Butir	rhitung	rtabel	Satuan
1	0,351	0,165	Valid
2	0,600	0,165	Valid
3	0,542	0,165	Valid
4	0,494	0,165	Valid
5	0,515	0,165	Valid
6	0,561	0,165	Valid
7	0,434	0,165	Valid
8	0,613	0,165	Valid
9	0,558	0,165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menggunakan *E-Money* (Y)**

No Butir	rhitung	rtabel	Satuan
1	0,535	0,165	Valid
2	0,731	0,165	Valid
3	0,620	0,165	Valid
4	0,591	0,165	Valid
5	0,492	0,165	Valid
6	0,437	0,165	Valid
7	0,522	0,165	Valid

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dapat disimpulkan semua butir angket yang digunakan dalam variabel Perilaku Konsumen (X), dan Keputusan Menggunakan uang elektronik (Y) dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsisten dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pernyataan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur (Juliandi, Irfan, & Manurung, 2015).

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai rhitung dengan rtabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%). Adapun tingkat realibilitas pernyataan variabel Perilaku Konsumen (X) dan variabel Keputusan Menggunakan uang elektronik (Y) di Kota Medan berdasarkan output SPSS versi 25 dapat dilihat dibawah ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,660	9

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25

Dari output reliability statistic di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,660 dengan jumlah pernyataan 9 item. Nilai  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah respon  $N=100$  dan  $df= N-2=100-2=98$ . Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* sebesar  $0,660 > 0,165$  sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel. Reliabel

ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0.60-0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,629	7

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25

Dari output reliability statistic di atas diperoleh nilai *alpha cronbach* sebesar 0,629 dengan jumlah pernyataan 7 item. Nilai  $r_{tabel}$  pada taraf kepercayaan 95% (signifikan 5%) dengan jumlah respon  $N=100$  dan  $df= N-2=100-2=98$ . Dengan demikian, nilai *alpha cronbach* sebesar  $0,629 > 0,165$  sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel. Reliabel ini juga ditunjukkan dengan nilai *alpha cronbach* sebesar 0.60-0,80 sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur penelitian reliabel.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji analisis data, artinya sebelum melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Normalitas data bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak (Riyanto & Hatmawan, 2020).

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,40259161
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,070
	Negative	-,050
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		<sup>c,d</sup> ,200

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25

Dari hasil uji *One-Sample Kolmogorov-smirov Tes* terlihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan signifikan lebih besar dari  $\alpha$  ( $\alpha= 0,05$ ) yaitu  $0,200 > 0,05$  yang berarti bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal.

#### Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi dalam penelitian ini dilakukan melalui program SPSS 25, maka dapat diperoleh hasil berikut ini :

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Sederhana**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,924	2,432		3,258	,002
1	Perilaku Konsumen	,551	,075	,597	7,370	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 2 diatas, terdapat nilai koefisien arah regresi dengan melihat hasil pada tabel Coefficientsa pada kolom Unstandardized Coefficients dalam sub kolom B. Dalam sub kolom tersebut terdapat nilai constant (konstanta) adalah 7,924 sedangkan nilai koefisien arah regresi 0,551. Maka diperoleh persamaan regresi dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

Dengan demikian dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 7.924 + 0.551X + e$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut: Konstanta sebesar 7,924 menyatakan bahwa jika perilaku konsumen diabaikan atau sama dengan nol, maka akan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *E-Money* sebesar 7,924.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) adalah uji untuk melihat besarnya kontribusi variabel bebas (Perilaku Konsumen) terhadap variabel terikat (Keputusan Menggunakan *E-Money*) sebagai berikut :

**Tabel 7. Uji Determinasi Model Summaryb**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,597 <sup>a</sup>	,357	,350	2,41482

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumen

b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan *E-Money*

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,35 atau 35,7%. Besarnya koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independent yang terdiri dari Perilaku Konsumen (X) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Keputusan menggunakan uang elektronik (Y) sebesar 35,7 % sedangkan sisanya 65,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing- masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat sigfikan 0,05. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel :

1. Apa bila thitung > ttabel atau tstatistik < 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Apabila thitung < ttabel atau tstatistik > 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 8. Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,924	2,432		3,258	,002
	Perilaku Konsumen	,551	,075	,597	7,370	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Hasil Olahan Data Angket Melalui SPSS Versi 25



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Perilaku Konsumen memiliki nilai Pvalue  $0,000 < 0,05$  artinya signifikan. Sedangkan thitung  $7,370 > t_{tabel} 1,660$  jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya Perilaku Konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan uang elektronik.

1. Nilai Koefisien perilaku konsumen untuk variabel X sebesar 0,551. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai perilaku konsumen maka variabel keputusan menggunakan uang elektronik (Y) akan naik sebesar 0,551 dengan asumsi variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
2. Besarnya pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan menggunakan uang elektronik adalah dengan melihat nilai tabel Beta dalam kolom *Standardized Coefficients*. Dari tabel diatas diperoleh nilai Beta untuk variabel perilaku konsumen adalah sebesar 0,597 atau sebesar 59,7%. Artinya besar keputusan menggunakan uang elektronik di Kota Medan 59,7%.

### Pembahasan

Berdasarkan hasil uji validitas variabel perilaku konsumen (X) dan keputusan menggunakan uang elektronik (Y), maka dapat dikatakan bahwa item pertanyaan dari variabel perilaku konsumen (X) dan keputusan menggunakan e- money (Y) dapat digunakan karena rhitung lebih besar dari rtabel sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat validitas.

Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas variabel perilaku konsumen (X) dan keputusan menggunakan *E-Money* (Y), bahwa nilai alpha cronbach variabel perilaku konsumen (X)  $0,660 > 0,165$  dan nilai alpha cronbach variabel keputusan menggunakan uang elektronik (Y)  $0,629 > 0,165$ , sehingga dapat dikatakan kontruk pertanyaan dari kedua variabel tersebut adalah reliabel. Dari hasil uji normalitas menunjukkan signifikan lebih besar dari  $\alpha$  ( $\alpha = 0,05$  yaitu  $0,200 > 0,05$  yang berarti bahwa data tersebut terdistribusi dengan normal. Hasil uji regresi linier sederhana dari persamaan regresi jika segala sesuatu pada variabel dianggap konstan, maka keputusan menggunakan uang elektronik sebesar 7,924. Jika terjadi penambahan maka keputusan menggunakan uang elektronik akan naik sebesar 0,551.

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) nilai  $R = 0,597$  dan  $R^2 = 0,357$  artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan perilaku konsumen dapat mempengaruhi keputusan menggunakan uang elektronik sebesar 35,7% sedangkan sisanya 65,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Variabel- variabel lainnya yaitu kemudahan, kemampuan financial. Dari hasil pengujian parsial ( uji t) pada variabel perilaku konsumen diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,002. Nilai Sig  $< 0,05$  ( $0,002 < 0,05$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik. Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan menggunakan uang elektronik di Kota Medan. Dari tabel coefficient dapat diketahui bahwa nilai thitung perilaku konsumen sebesar 7,730 dengan nilai sig sebesar  $0,002 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak, maka perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik di Kota Medan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen mampu meningkatkan keputusan penggunaan uang elektronik di Kota Medan. Dari indikator perilaku konsumen dapat di jelaskan bahwa faktor sosial, gaya hidup, status sosial, berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang ataupun jasa. Dalam hal ini perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat menggunakan *E-Money*.

### SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran di Kota Medan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) nilai  $R = 0,597$  dan  $R^2 = 0,357$  artinya bahwa model regresi yang diperoleh mampu menjelaskan perilaku konsumen dapat mempengaruhi keputusan menggunakan uang elektronik sebesar 35,7% sedangkan sisanya 65,3% dipengaruhi

oleh variabel-variabel lain, variabel yang lain ialah kemudahan dan kemampuan finansial, hasil pengujian parsial ( uji t) pada variabel perilaku konsumen diperoleh probabilitas Sig sebesar 0,000. Nilai Sig < 0,05 (0,002 < 0,05), maka keputusannya adalah H0 ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan yang berarti secara parsial perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik.

## REFERENSI

- Arianty, N., Jasin, H., & Nasution, P. L. K. (2019). *Manajemen Pemasaran : Konsep dan Praktek* (Pertama.). Medan: Perdana Publishing.
- Bintarto, E. (2018). Fintech dan Cashless Society: Sebuah Revolusi Mendongkrak Ekonomi Kerakyatan. *Call For Essays* (pp. 1-77).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Fadly, A. F. A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Operasional E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). *Metode Penelitian Bisnis : Konsep & Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principle of Marketing* (14 edition.). USA.
- Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, J., Muslih, M., & Prayogi, M. A. (2020). The Quality of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square (SEM-PLS). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(2020), 1-7.
- Pangestu, S. (2020). Riset: dompet digital mendorong Generasi Z lebih konsumtif. Retrieved from <https://almi.or.id/2020/01/09/riset-dompet-digital-mendorong-generasi-z-lebih-konsumtif/#:~:text=Dompot elektronik%2C atau e-wallet,secara daring melalui aplikasi gawai.&text=Lebih dari itu%2C tawaran cashback,ditawarkan menggiurkan bagi para pengguna>.
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1), 1-14.
- Rivai, V., Veithzal, A. P., & Idroes, F. N. (2007). *Bank and Financial Institution Management*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Cetakan 1.). Yogyakarta: Penerbit Deepublish (CV Budi Utama).
- Rosmayanti. (2019). Apa Itu Dompot Digital? Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen* (ke-7.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sulistiyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (2020). Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 17-34.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Kedua.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyanto, B. (2019). 3 Besar Dompot Digital Indonesia Untuk Transaksi Ritel, Transportasi dan Pengiriman Makanan Online. Retrieved from <https://teknologi.bisnis.com/read/20190715/84/1124498/3-besar-dompet-digital-indonesia-transaksi-ritel-transportasi-online-dan-pengiriman-makanan-online->