

PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN PENGGUNAAN E-WALLET DANA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOREJO

Feriyanti ⁽¹⁾, Anita Rinawati ⁽²⁾ & Lukman Fadhiliya ⁽³⁾

Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purworejo

Email : feri622yanti@gmail.com, anita@umpwr.ac.id, lukman@umpwr.ac.id

ABSTRAK

Feriyanti, 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan dan kepercayaan penggunaan baik secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 5% dari populasi 93 diambil sampel 75 mahasiswa. Pengambilan sampel menggunakan teknik sistem random sampling. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert yang diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan kepercayaan penggunaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan perhitungan uji t menunjukkan bahwa : terdapat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai ($t_{hitung} 2,977 > t_{tabel} 1,666$) dan nilai sig 0,004. Terdapat pengaruh kepercayaan penggunaan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai ($t_{hitung} 2,000 > t_{tabel} 1,666$) dan nilai sig 0,049. Serta berdasarkan uji f terdapat pengaruh secara bersama-sama dengan nilai ($F_{hitung} 82,674 > F_{tabel} 3,12$) dan nilai sig 0,000 < 0,05. Kemudian kemudahan penggunaan (X1) dan kepercayaan penggunaan (X2) berpengaruh positif sebesar 68,8%, sementara sisanya 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: kemudahan penggunaan, kepercayaan penggunaan, perilaku konsumtif

PENDAHULUAN

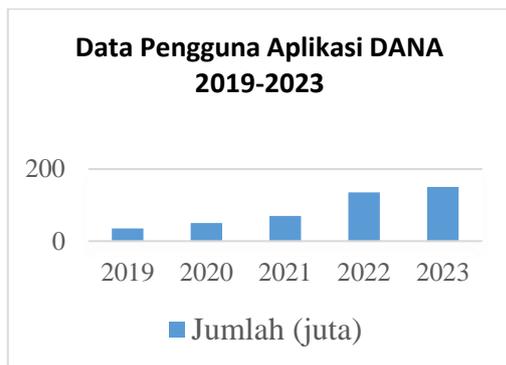
Dinamika kehidupan masyarakat telah mengalami banyak perubahan, salah satunya kemajuan teknologi yang mengubah gaya hidup dan gaya bertransaksi sehingga mempermudah aktivitas masyarakat. Perubahan gaya bertransaksi telah mengikuti perkembangan uang dengan adanya tiga unsur penggerak seperti adanya inovasi teknologi dan bisnis, kebiasaan masyarakat serta adanya kebijakan otoriter (Bank Indonesia, 2020). Perubahan gaya transaksi menghadirkan berbagai jenis *e-wallet* seperti ShopeePay, OVO, DANA, GoPay, LinkAja, Mekari Pay, Jenius, DOKU, OCTO, i-SAKU, Sakuku, dan JakOne.

Adanya perubahan transaksi dari tunai menjadi non tunai dinilai lebih praktis, efisiensi dalam *cash handling*, akses lebih luas, transparansi transaksi, dan identifikasi perencanaan ekonomi

yang lebih akurat. Sistem transaksi non tunai terbagi menjadi 2 yaitu *e-money* dan *e-wallet*. Perbedaan keduanya terletak di jumlah maksimal saldo dan bentuknya yang berbeda (Bank Indonesia, 2020).

Berdasarkan pra observasi kepada 54 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo terkait *e-wallet* yang digunakan sehari-hari dalam bertransaksi. Hasil Pra observasi lebih dominan dengan *e-wallet* DANA.

Aplikasi DANA menjadi salah satu *e-wallet* yang telah mendominasi *e-wallet* di Indonesia. Berdasarkan data dari Head of Communications DANA Indonesia Sharon Issabella menyatakan pada tahun 2023 DANA mencatat pertumbuhan signifikan yang mana jumlah pengguna mencapai 150 juta (Kontan.co.id, 2023). Berdasarkan data pengguna aplikasi DANA tahun 2019 sampai 2023 di Indonesia, sebagai berikut:



Gambar 1 Data Pengguna Aplikasi DANA
(Sumber: Kontan.co.id, 2023)

Berdasarkan data penggunaan aplikasi DANA di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 pengguna DANA berjumlah 35 juta, tahun 2020 meningkat 15 juta menjadi 50 juta, tahun 2021 berjumlah 70 juta, tahun 2022 berjumlah 135 juta, dan tahun 2023 berjumlah 150 juta (Kontan.co.id, 2023).

Aplikasi DANA dapat digunakan untuk membayar tagihan dan berbelanja di berbagai *merchant*, bahkan terhubung dengan ATM Bersama serta BPJS Kesehatan. Oleh karena itu, DANA berbeda dengan *e-wallet* lain dan lebih fleksibel. DANA menawarkan kemudahan dan kepercayaan kepada jutaan masyarakat. Kemudahan penggunaan dan berbagai fitur ditawarkan untuk melakukan berbagai transaksi keuangan dengan cepat dan mudah. Tetapi dibalik kemudahan penggunaan tersebut terdapat potensi terjadinya perilaku konsumtif terutama dikalangan mahasiswa.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* diantaranya ada faktor kemudahan dan kepercayaan. Faktor kemudahan penggunaan *e-wallet* diartikan bahwa penggunaan sebuah sistem bisa diaplikasikan secara mudah serta dapat menghindari hambatan (Rusbianti & Canggih, 2023). Menurut Aditya & Mahyuni (2022) kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Apabila pandangan konsumen terhadap kemudahan penggunaan *e-wallet* semakin tinggi, maka pemanfaatan *e-wallet* juga semakin meningkat. Jika *e-wallet* mudah digunakan, maka konsumen lebih mudah menerima sehingga perspektif kemudahan akan berdampak pada perilaku konsumsi. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu pertimbangan seseorang menggunakan *e-wallet* (Dewi et al., 2021). Kemudahan adalah

ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan (Jogiyanto 2011:115)

Selain itu, faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* adalah faktor kepercayaan. Dalam transaksi *online*, kepercayaan menjadi hal penting karena pengguna dapat merasakan tingkat risiko yang lebih tinggi daripada transaksi secara *offline*. Oleh karena itu pengguna *e-wallet* hanya akan bertransaksi pada sistem yang mereka percayai (Loke, 2022). Kepercayaan berperan penting dalam membangun hubungan antara konsumen dengan pihak *e-wallet*, karena kepercayaan berorientasi pada loyalitas konsumen. Seperti hasil studi (Hidayat et al., 2021) menyatakan bahwa kepercayaan berdampak pada penggunaan *e-wallet*. Sehingga, penelitian ini mengasumsikan bahwa kepercayaan penggunaan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kepercayaan penggunaan menjadi faktor yang dapat mengurangi kekhawatiran terkait risiko yang timbul akibat penggunaan teknologi keuangan (Dewi et al., 2021). Kepercayaan penggunaan adalah keyakinan terhadap sesuatu yang dinilai oleh seseorang setelah memperoleh, memproses, dan mengumpulkan informasi kemudian menghasilkan berbagai penilaian dan tanggapan (Pratama & Suputra, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:8).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Puworejo dengan jumlah 93. Penentuan sampel dengan taraf 5% dengan jumlah sampel 75.

Teknik pengambilan sampel menggunakan diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Metode pengumpulan data

menggunakan kuesioner. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis dengan sejumlah pilihan jawaban yang sudah disediakan (Sugiyono, 2016:142). Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai Asymp. Sig. (2tailed) lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,200 yang artinya data berdistribusi normal.

Tabel 1. Kriteria Jawaban Responden pada Kuesioner

Pilihan Jawaban	Skor Jawaban	
	Positif	Negatif
Sangat setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variable kemudahan penggunaan dalam kategori sangat baik dengan persentase sebesar 48% sebanyak 36 mahasiswa. Kepercayaan penggunaan dalam kategori baik dengan persentase 52% sebanyak 39 mahasiswa. Perilaku konsumtif sebanyak 62,7% sebanyak 47 mahasiswa.

Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan ada 3 yakni uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 2 Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parameters ^a	Mean		,000000
	Std. Deviation		2,48615165
Most Extreme Differences	Absolute		,081
	Positive		,057
	Negative		-,081
Test Statistic			,081
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		,252
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,241
		Upper Bound	,263
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			

Tabel 3 Uji multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Tolerance
1	(Constant)	11,440	1,809		6,326	,000		
	Kemudahan Penggunaan	,396	,141	,478	2,802	,007	,145	6,916
	Kepercayaan Penggunaan	,301	,138	,372	2,181	,032	,145	6,916

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai variabel kemudahan penggunaan (X₁) dan kepercayaan penggunaan (X₂) sama-sama memperoleh nilai *tolerance* 0,145 dan nilai VIF 6,916. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel tidak terjadi multikolinieritas, karena masing-masing variabel memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.

Tabel 4 Uji heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	5,299	1,036		5,114	,000
	Kemudahan Penggunaan	-,060	,081	-,214	-,739	,462
	Kepercayaan Penggunaan	-,042	,079	-,153	-,530	,598

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan tabel diatas, kemudahan penggunaan (X₁) memperoleh nilai 0,462 > 0,05

dan kepercayaan penggunaan (X_2) memperoleh nilai $0,598 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan.

Tabel 5
Uji korelasi Parsial dan Uji t

Model		Coefficients ^a			t	Sig.	Correlations		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Zero-order	Partial	Partial
		B	Std. Error						
1	(Constant)	11.440	1.809		6.3260				
	Kemudahan Penggunaan	.396	.141	.478	2.802	.007	.823	.314	
	Kepercayaan Penggunaan	.301	.138	.372	2.181	.032	.815	.249	

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan tabel diatas, korelasi parsial dan uji t dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y), nilai korelasi $r=0,314$; $t_{hitung} = 2,977$; dan sig. $0,004$. Maka diperoleh koefisien determinasi ($r^2 = 9,85\%$ ($r^2 = 0,09859$)). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X_1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).
- 2) Pengaruh kepercayaan penggunaan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y), nilai korelasi $r=0,249$; $t_{hitung} 2,000$; dan sig. $0,049$. Maka diperoleh koefisien determinasi ($r^2 = 6,20\%$ ($r^2 = 0,062001$)). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan penggunaan (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Pada uji t dilakukan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh dai masing-masing variable bebas yaitu kepercayaan penggunaan (X_1) dan kepercayaan penggunaan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) dari hasil uji t dapat dilihat dari table 1 sebagai berikut:

- 1) Uji signifikan pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y), dari hasil uji t diperoleh $t_{hitung} 2,977$ dengan sig $0,004$. Karena kemudahan penggunaan (X_1) bernilai positif dan nilai sig. $0,004 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan

penggunaan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

- 2) Uji signifikan pengaruh kepercayaan penggunaan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y), dari hasil uji t diperoleh $t_{hitung} 2,000$ dengan sig $0,049$. Karena kemudahan penggunaan (X_1) bernilai positif dan nilai sig. $0,049 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan penggunaan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) dan kepercayaan penggunaan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y). hasil dari uji f dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1050,396	2	525,198	82,674	,000 ^b
	Residual	457,390	72	6,353		
	Total	1507,787	74			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Penggunaan, Kemudahan Penggunaan

Sumber: hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan uji F pada tabel 2 diatas, mendapatkan F_{hitung} sebesar $82,674$ dengan sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X_1) dan kepercayaan penggunaan (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Tabel 7
Uji koefisien determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,835 ^a	,697	,688	2,520

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Penggunaan, Kemudahan Penggunaan

Sumber : hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan tabel 6 diperoleh nilai adjust $R Square$ sebesar sebesar $68,8\%$, sementara sisanya

sebesar 31,2% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ikut diteliti.

Tabel 8
Uji regresi linear berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	11,440	1,809		6,326	,000
	Kemudahan Penggunaan	,396	,141	,478	2,802	,007
	Kepercayaan Penggunaan	,301	,138	,372	2,181	,032

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: hasil pengolahan data, 2024

Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh koefisien kemudahan penggunaan (X_1) sebesar 0,396, kepercayaan penggunaan (X_2) sebesar 0,301, serta bilangan constantannya (a) 11,440 dan nilai dinyatakan dalam persamaan: $Y = 11,440 + 0,396 (X_1) + 0,301 (X_2)$ yang dinyatakan artinya:

- 1) Jika nilai *constantan* (a) bernilai positif, dengan demikian apabila nilai variable X_1 dan X_2 masing-masing 0 maka $Y = 11,440$.
- 2) Besarnya koefisien variabel kemudahan penggunaan (X_1) sebesar 0,396. Artinya bahwa dengan meningkatnya variabel kemudahan penggunaan (X_1) maka akan meningkatkan variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,396
- 3) Besarnya koefisien variable kepercayaan penggunaan (X_2) sebesar 0,301. Artinya bahwa dengan meningkatnya variabel kepercayaan penggunaan (X_2) maka akan meningkatkan variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,301.

SIMPULAN

- 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y), dibuktikan dengan besarnya pengaruh kemudahan penggunaan sebesar 9,85% dan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 2,977$ dan nilai sig $0,004 < 0,05$.
- 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan penggunaan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y), dibuktikan dengan besarnya pengaruh kepercayaan penggunaan

sebesar 6,2% dan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} 2,000$ dan nilai sig $0,049 < 0,05$.

- 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan (X_1) dan kepercayaan penggunaan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y), dibuktikan dengan nilai ($F_{hitung} 82,674 > F_{tabel} 3,12$) dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Kemudian kemudahan penggunaan (X_1) dan kepercayaan penggunaan (X_2) berpengaruh positif sebesar 68,8%, sementara sisanya 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Jebm*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>

Bank Indonesia. (2020). *Sistem Pemabayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>.

Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/i25485024.v2021.v5.i1.4669>

Hidayat, D., Pangaribuan, C. H., Putra, O. P. B., & Taufiq, F. J. (2021). Expanding the technology acceptance model with the inclusion of trust and mobility to assess e-wallet user behavior: Evidence from OVO consumers in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 729(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012050>.

Jogiyanto. (2011). *Sistem Informasi Keperiklanan*. Yogyakarta: ANDI.

Kontan.co.id. (n.d.). *Punya Potensi Besar, DANA Sebut Pengguna dan Transaksinya Tumbuh pada 2023*. Kontan.Co.Id. <https://keuangan.kontan.co.id/news/punya-potensi-besar-dana-sebut-pengguna-dan-transaksinya-tumbuh-pada-2023>

Loke, M. Q. (2022). Case Study of Touch ‘n Go in Malaysia: Are You a User of E-Wallet? *International Journal of Accounting Finance in Asia Pasific*, 5(3), 97–106.

- <https://doi.org/10.32535/ijafap.v5i3.1932>
Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Rusbianti, M. A., & Canggih, C. (2023). E-Wallet dan Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 516–524.
<https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/iei/article/view/7638>
<https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/iei/article/download/7638/3337>.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.