

Analisis Perbandingan Minat Masyarakat Generasi Z Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Ovo atau Dana Dengan Menggunakan Pendekatan *Theory of Planned of Behavior* (Studi Di Provinsi Sumatera Barat)

Comparative Analysis of Generation Z's Interest in Using E-Money Ovo or Dana Services with The Theory Of Planned Behavior Approach (Study in West Sumatra Province)

Adila Fitri Cahyani¹, Sita Deliyana Firmialy²

¹Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, adilafitricahyani@student.telkomuniversity.ac.id

²Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, sitadeliyanafirmialy@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The government has taken steps to equalize the progress of very fast economic growth in any aspect, such as the progress of fintech (financial technology) including using E-Money which is expected to be evenly distributed in every region, but there are some areas where the people do not know and have not used E-Money as a means of payment. in the form of non-cash as in West Sumatra Province, because West Sumatra is one of the provinces where traditional markets are still running well until now. Most of the people of West Sumatra to meet their food, clothing and shelter needs are done in traditional markets. Therefore, electronic money services or E-Money must know the factors that can affect consumer interest in using their services. This research was conducted to determine the effect of Theory of Planned of Behavior which has sub-variables of attitude, subjective norms, and behavioral control perceptions on the interest of the Z generation in using E-Money Ovo or Dana services in the people of West Sumatra Province, with comparative quantitative methods and types this research is descriptive. The sample was taken using a purposive sampling method which included a non-probability sampling type of sampling technique, with a total of 100 respondents.

Keywords: Interest in using, customer behavior, attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control

Abstrak

Pemerintah melakukan langkah pemerataan kemajuan pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat dalam segi apapun, seperti kemajuan fintech (financial technology) termasuk dengan menggunakan E-Money yang diharapkan merata disetiap daerah, namun ada beberapa daerah yang masyarakatnya belum mengetahui dan belum menggunakan E-Money sebagai alat pembayaran dalam bentuk nontunai seperti di Provinsi Sumatera Barat, dikarenakan Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi dimana pasar tradisionalnya masih berjalan dengan baik sampai sekarang. Kebanyakan masyarakat Sumatera Barat untuk memenuhi kebutuhan pangan sandang dan papannya dilakukan di pasar tradisional. Oleh karena itu layanan uang elektronik atau E-Money harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan layanannya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Theory Of Planned Of Behavior yang memiliki sub variabel sikap, norma subjektif, dan perseptif kontrol perilaku terhadap minat masyarakat generasi Z dalam menggunakan layanan E-Money Ovo atau Dana pada masyarakat Provinsi Sumatera Barat, dengan metode kuantitatif komparatif dan jenis penelitian ini adalah deskriptif. Sampel yang diambil dilakukan dengan metode purposive sampling yang termasuk teknik sampling jenis non probability sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Kata kunci: Minat menggunakan, customer behavior, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bergerak sangat cepat yang menawarkan berbagai kemudahan-kemudahan dalam kehidupan masyarakat. Dalam bidang ekonomi, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bisa dilihat dari bertambah mudahnya sistem pembayaran dalam bertransaksi.

Dengan adanya kemajuan dalam sistem pembayaran, peran uang tunai sebagai alat pembayaran dalam bentuk pembayaran tunai tergeserkan dengan adanya pembayaran nontunai yang lebih efisien dan ekonomis. Salah satu instrumen pembayaran nontunai yang saat ini berkembang di Indonesia adalah e-money atau uang elektronik.

E-Money bertujuan untuk mengurangi tingkat penggunaan uang tunai. Perkembangan E-Money menciptakan tren *less cash society* atau suatu perilaku masyarakat yang menggunakan transaksi nontunai dengan kemudahan yang ditawarkan oleh alat-alat transaksi tersebut. Ada beberapa layanan E-Money yang ada di Indonesia, seperti Gopay milik Gojek, Ovo milik Lippo Group, Dana milik EMTEK dan lain-lain. Ovo dan Dana merupakan contoh dari dompet digital atau E-Money yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam bertransaksi. Kegunaan Ovo dan Dana yaitu sebagai alat transaksi non tunai yang memberikan kemudahan yang lebih efisien dan ekonomis bagi penggunaannya. Ovo dan Dana mempunyai potensi dalam pengembangan instrumen pembayaran non tunai (E-Money).

Langkah pemerintah dalam melakukan pemerataan kemajuan pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat tersebut dilakukan dalam segi apapun, seperti kemajuan fintech (financial technology) termasuk dengan menggunakan E-Money yang diharapkan merata disetiap daerah, namun ada beberapa daerah yang masyarakatnya belum mengetahui dan belum menggunakan E-Money sebagai alat pembayaran dalam bentuk nontunai seperti di Provinsi Sumatera Barat, hal ini dikarenakan Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi dimana pasar tradisionalnya masih berjalan dengan baik sampai sekarang. Kebanyakan dari masyarakat Sumatera Barat membeli untuk memenuhi kebutuhan pangan sandang dan papannya dilakukan di pasar tradisional. Oleh karena itu layanan uang elektronik atau E-Money harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan layanannya berdasarkan pendekatan Theory Of Planned Of Behavior yang memiliki sub variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat generasi Z di Provinsi Sumatera Barat, dengan anggapan bahwa masyarakat generasi Z di Sumatera Barat dapat dengan mudah mengetahui informasi terbaru yang berkaitan dengan pengemabangan teknologi informasi dan komunikasi, dan cukup memiliki keilmuan dan wawasan yang memadai, sehingga memiliki pandangan terhadap uang elektronik atau E-Money yang menjadikan mereka cukup representative untuk dijadikan objek penelitian, karena mereka adalah generasi yang mudah dalam menggunakan teknologi dan sudah mengenal serta menggunakan E-Money sejak awal perkembangannya di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat menggunakan layanan E-Money Ovo atau Dana pada masyarakat generasi Z di Provinsi Sumatera Barat dan juga untuk mengetahui perbandingan antara minat penggunaan E-Money Ovo dengan penggunaan E-Money Dana.

II. TINJAUAN LITERATUR

1.1 Theory Of Planned Behavior

Suryandari et.al (2016) dalam Marakarkandy, Yajnik, & Dasgupta (2017) berpendapat bahwa theory planned behavior adalah perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang yang ditentukan dari niat untuk berperilaku ekologis, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Teory tentang niat perilaku merupakan ukuran keinginan seseorang untuk melakukan perbuatan tertentu, jadi dapat dikatakan teori ini sebagai ukuran dari kemungkinan seseorang menggunakan sesuatu yang baru atau teknologi terbaru.

Miniard dan Cohen (1983) mengatakan bahwa Theory of Planned Behavior (TPB) atau teori perilaku dibedakan antara tiga jenis kepercayaan (belief) yaitu, (behavior belief) yaitu tentang hasil perilaku dan evaluasi terhadap hasil perilaku, (normative belief) yaitu keyakinan tentang harapan normative dari orang lain yang memotivasi untuk menuruti dari adanya harapan tersebut, dan (control belief) yaitu keyakinan tentang adanya faktor lain yang memfasilitasi atau menghambat perilaku, serta persepsi adanya kekuatan pada faktor tersebut.

Faktor-faktor Theory Of Planned Behavior ada tiga variabel independen, yang pertama adalah sikap. Menurut Ajzen dalam Ramdhani (2011) sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif suatu perilaku yang mencerminkan rasa senang, tidak senang atau perasaan biasa biasa saja (netral) dari seseorang terhadap sesuatu. Selanjutnya adalah norma subjektif. Menurut Ajzen (1988) norma subjektif merupakan persepsi seseorang terhadap tekanan sosial atau harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Terakhir adalah persepsi kontrol perilaku. Menurut Ajzen (1991) persepsi kontrol perilaku mengarah pada persepsi seseorang terhadap sulit tidaknya melaksanakan perilaku yang diinginkan, yang berhubungan dengan keyakinan akan ada atau tidak adanya kesempatan untuk mewujudkan perilaku tertentu dengan gambaran pengalaman masa lalu danantisipasi terhadap hambatan dan rintangan.

2.1.1 Perilaku konsumen

Berdasarkan Engel et al (1995) dalam Bilson Simamora (2000:1), "tindakan pribadi yang terlibat untuk menerima, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk serta jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului serta mengikuti tindakan, yang merupakan pengertian dari perilaku konsumen". Menurut Schiffman serta Kanuk (2000) dalam Sangadji serta Sopiah (2013:7) mendefinisikan bahwa perilaku yang diperlihatkan konsumen buat mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta menghabiskan produk serta jasa yang diperlukan akan memuaskan kebutuhannya merupakan pengertian dari perilaku konsumen. Berdasarkan Hoyer et al (2013) dalam Rolyana Ferinia et al (2021:2) mengatakan bahwa perilaku konsumen mencerminkan totalitas keputusan konsumen memakai akuisisi, konsumsi, serta disposisi barang, jasa, aktifitas, pengalaman, orang, serta inspirasi oleh unit pengambilan keputusan yaitu manusia itu sendiri setiap waktunya."

1.2 Generasi Z

Dalam buku yang berjudul *Raising Children in Digital Era*, Elizabeth T. Santosa (2015:23) yang merupakan seorang psikolog mengatakan bahwa generasi Z adalah generasi yang lahir dari tahun 1995 dan juga dikatakan sebagai generasi yang lahir setelah tahun 2000. Generasi Z lahir saat internet mulai berkembang sangat pesat dalam kehidupan. Sedangkan Hellen Chou P (2012:35), berpendapat bahwa generasi Z atau juga bisa dikatakan sebagai generasi yang dekat dengan dunia digital adalah generasi yang memiliki sifat ketergantungan terhadap teknologi digital yang tumbuh dan berkembang berbarengan dengan kemajuan teknologi digital. Generasi Z dekat dengan gadget sehingga memiliki informasi yang lebih banyak dari generasi-generasi sebelumnya.

1.3 E-Money

Menurut Ramadani (2016: 2), perkembangan teknologi informasi saat ini berkembang sangat pesat, apalagi dibidang keuangan. Tuntutan kemudahan penggunaan yang dibutuhkan oleh para pelanggan terhadap sistem keuangan mendorong lembaga keuangan seperti Bank maupun instansi bukan Bank memperkuat posisi mereka dengan memberikan layanan produk yang berkualitas dan dapat diterima oleh masyarakat. Sistem pembayaran saat ini dituntut untuk mengakomodir setiap kebutuhan pelanggan dalam perihal pemindahan dana secara cepat, efektif, nyaman, dan aman, sehingga tumbuh inovasi-inovasi teknologi sistem pembayaran yang diiringi sarana kemudahan dalam melaksanakan transaksi

Ada beberapa dompet digital atau E-Money yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pertama adalah Ovo yang merupakan salah satu alat pembayaran non tunai yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi (Ovo Cash) dan juga memberikan poin yang dapat dikumpulkan di banyak tempat (Ovo Points) pada setiap kali penggunaan. Ovo adalah Digital payment milik Lippo Group yang sudah banyak bekerjasama dengan merchant. Bahkan kebanyakan usaha rumahan dan UMKM juga menerima pembayaran melalui OVO. Dana merupakan salah satu dompet digital atau E-Money yang berkembang paling cepat yang dapat melakukan pembayaran untuk berbagai macam kebutuhan, seperti pulsa, tagihan listrik, BPJS, voucher game dan lainnya. DANA diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe ("EDIK") yang merupakan pemegang lisensi resmi dan telah memperoleh izin Uang Elektronik, Dompet Elektronik, Transfer Dana, dan Layanan Keuangan Digital (LKD) dari Bank Indonesia.

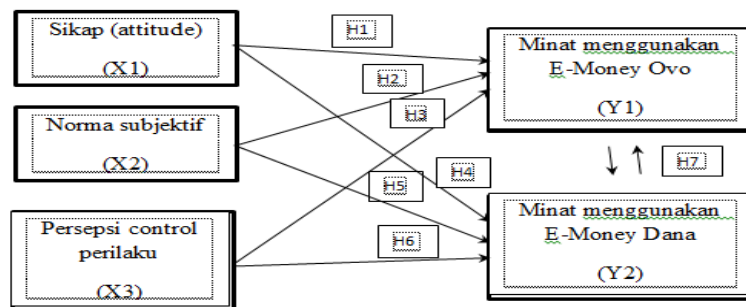
1.4 Minat Menggunakan (Behaviour Intention)

Fishbein & Ajzen (1975) berpendapat bahwa Intensi adalah komponen pada diri individu yang mengacu pada impian dalam melakukan tingkah laku atau perbuatan tertentu. Intensi didefinisikan menjadi dimensi probabilitas subjektif individu pada kaitan antara diri dan perilaku. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa intensi merupakan kesungguhan niat minat seorang dalam melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu.

Menurut Anggadwita, G. Dan Dhewanto, W. (2016) sejumlah studi menunjukkan bahwa minat itu merupakan prediktor yang paling efektif berdasarkan perilaku, baik secara teoritis maupun empiris (Bagozzi, Baumgartner & Yi, 1989; Ajzen, 1991; Sutton, 1998). Bird (1988) mendefinisikan minat sebagai pernyataan pikiran yang mengarahkan perhatian seseorang ke arah suatu tujuan eksklusif atau cara agar mencapai sesuatu.

1.5 Kerangka Pemikiran

Berikut ini kerangka pemikiran “Analisis Perbandingan Minat Masyarakat Generasi Z Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Ovo Atau Dana Dengan Menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Of Behavior (Studi Di Provinsi Sumatera Barat)”



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Ajzen (1995) dalam Nugroho et al (2018)

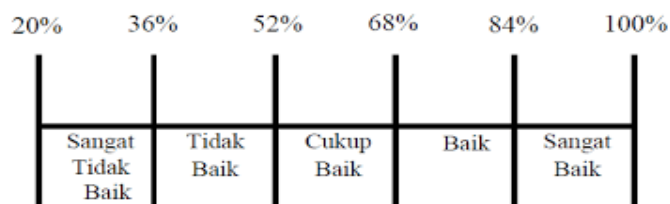
III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:7) Metode kuantitatif memenuhi kaidah-kaidah ilmiah karena data penelitian yang diperoleh berupa angka atau bilangan dan analisis data menggunakan statistik dan analisis data baru dapat dilakukan ketika semua data terkumpul. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 di Provinsi Sumatera Barat.

Populasi berdasarkan penelitian ini merupakan masyarakat generasi Z atau generasi individu yang mulai lahir dari tahun 1995 sampai dengan tahun kelahiran 2010 yang merupakan pengguna E-Money Ovo atau Dana yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti yang masih aktif dan pengguna baru pada Provinsi tersebut. Pada penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yang termasuk teknik sampling jenis non probability sampling. Menurut Sugiyono (2014), pengertian purposive sampling adalah metode pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu. Menurut Indrawati (2015: 170) dalam teknik purposive sampling pengambilan anggota sampel dilakukan dengan dipilih. Karena hanya ada sebagian sampel yang mewakili populasi yang dapat memberikan informasi untuk menjawab masalah penelitian. Pada penelitian ini, jumlah pengguna aplikasi E-Money Ovo atau Dana tidak diketahui secara tepat pengguna yang masih aktif dan pengguna baru. Jumlah sampel yang diteliti menggunakan tingkat toleransi kesalahan 5%. Berdasarkan perhitungan pengumpulan data yang ada di atas maka ukuran di dalam sampel penelitian yang dilakukan adalah 96,04 dan jika dibulatkan menjadi 97 sampel penelitian.

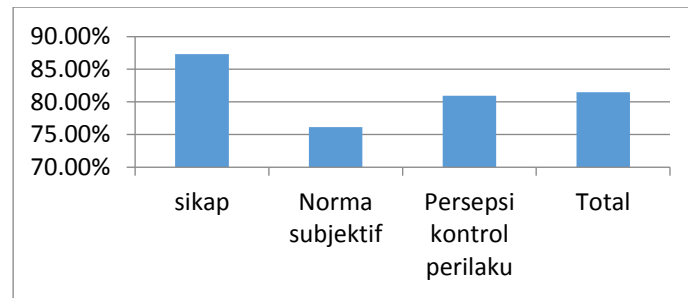
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.6 Analisis Deskriptif



Gambar 2. Garis Kontinum

Tabel 1. Skor Total Dari Variabel Theory Of Planned Of Behavior (X)



Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa tanggapan dari responden terhadap variabel theory of planned of behavior memiliki skor sebesar 81.48% yang termasuk kedalam kategori baik.

Tanggapan dari responden terhadap variabel minat menggunakan layanan E-Money Ovo yang memiliki lima pertanyaan memiliki skor sebesar 77.48% yang termasuk kedalam kategori baik.

Tanggapan dari responden terhadap variabel minat menggunakan layanan E-Money Dana yang memiliki lima pertanyaan memiliki skor sebesar 82.96% yang termasuk kedalam kategori baik.

1.7 Uji Asumsi Klasik

Sunoyo (2007: 95-102) berpendapat bahwa sebelum melakukan uji analisis regresi linier berganda, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah, yaitu:

a. Uji Normalitas

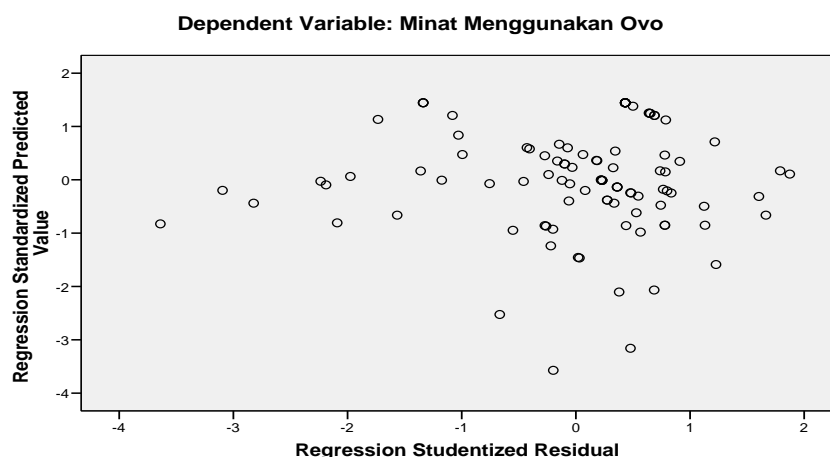
Dari hasil pengujian terlihat variabel ARESID (absolut residual) telah memiliki nilai Asymp. Sig 2 – tailed diatas 0.05 (5%), sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel penelitian yang digunakan berdistribusi normal, sehingga tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat dilakukan.

b. Uji Multikolinieritas

Dari hasil pengujian terlihat bahwa masing-masing variabel independen memiliki koefisien tolerance besar dari 0.10 dan VIF kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel independen yang dibentuk dalam sebuah persamaan regresi linier berganda telah terbebas dari gejala multikolinieritas.

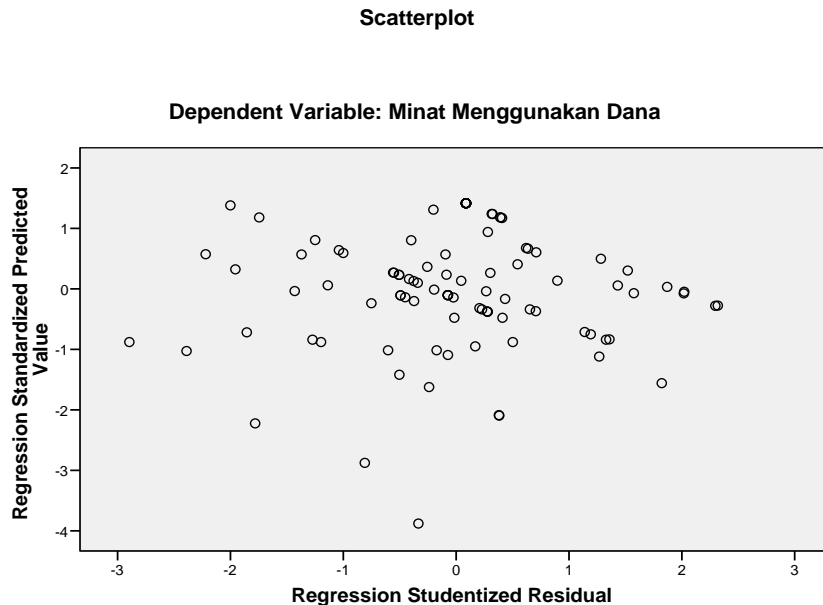
c. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas Minat Menggunakan Layanan E-Money Ovo

Dari hasil pengujian terlihat bahwa sebaran titik-titik varian yang mendukung masing masing variabel menyebar secara tidak merata dan tidak membentuk sebuah pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan model regresi yang akan dianalisis terbebas dari gejala heteroskedastisitas.



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas Minat Menggunakan Layanan E-Money Dana

Dari hasil pengujian terlihat bahwa sebaran titik-titik varian yang mendukung masing masing variabel menyebar secara tidak merata dan tidak membentuk sebuah pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan model regresi yang akan dianalisis terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

- Uji Autokorelasi Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Ovo
 Dari hasil pengujian diperoleh nilai Durbin Watson (DW) adalah 1.999. Nilai tersebut berada diantara $-2 \leq 1.999 \leq 2$. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi positif ataupun negative, sehingga tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat dilakukan.
- Uji Autokorelasi Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Dana
 Dari hasil pengujian diperoleh nilai Durbin Watson (DW) adalah 1.999. Nilai tersebut berada diantara $-4 \leq 2.127 \leq 4$. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi positif ataupun negative, sehingga tahapan pengolahan data lebih lanjut dapat dilakukan.

1.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui besar dan arah pengaruh yang terbentuk antara variabel independen terhadap variabel dependen, yang dibentuk kedalam sebuah persamaan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software spss diperoleh hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.616	2.112		.765	.446
Sikap	.010	.214	.004	.046	.963
Norma Subjektif	.596	.132	.452	4.152	.000
Persepsi Kontrol Perilaku	.724	.136	.611	5.316	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ovo

Gambar 5. Analisis Regresi Berganda Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Ovo

$$Y_1 = 1.616 + 0.010x_1 + 0.596x_2 + 0.724x_3$$

Dari persamaan diatas terdapat nilai konstanta sebesar 1.616. Nilai koefisien tersebut menunjukkan ketika variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0). Maka minat menggunakan layanan E-Money Ovo adalah sebesar konstanta yaitu, 1.616, semakin tinggi nilai konstanta maka minat menggunakan layanan E-Money Ovo akan semakin baik.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.687	1.748		.965	.337
	Sikap	.407	.177	.399	2.300	.025
	Norma Subjektif	.108	.109	.091	.995	.322
	Persepsi Kontrol Perilaku	.713	.113	.652	6.327	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Dana

Gambar 6. Analisis Regresi Berganda Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Dana

$$Y_2 = 1.687 + 0.407x_1 + 0.108x_2 + 0.713x_3$$

Dari persamaan diatas terdapat nilai konstanta sebesar 1.687. Nilai koefisien tersebut menunjukkan ketika variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0). Maka minat menggunakan layanan E-Money Dana adalah sebesar konstanta yaitu, 1.687, semakin tinggi nilai konstanta maka minat menggunakan terhadap E-Money Dana akan semakin baik.

4.3 Uji Anova

Hasil akhir dari analisis anova adalah nilai F test atau F hitung. Uji F merupakan uji yang digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan. Berdasarkan dari pengolahan data yang dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	918.656	3	306.219	37.075	.000 ^a
	Residual	792.904	96	8.259		
	Total	1711.560	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Norma Subjektif

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ovo

Gambar 7. Uji Simultan Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Ovo

Dari hasil pengujian diperoleh nilai Sig sebesar 0.000. Tahapan pengolahan data dilakukan dengan tingkat kesalahan 0.05 (5%) dengan demikian nilai Sig 0.000 kecil dari 0.05. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan E-Money Ovo.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	915.812	3	305.271	53.953	.000 ^a
	Residual	543.178	96	5.658		
	Total	1458.990	99			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Norma Subjektif

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan Dana

Gambar 8. Uji Simultan Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Dana

Dari hasil pengujian diperoleh nilai Sig sebesar 0.000. Tahapan pengolahan data dilakukan dengan tingkat kesalahan 0.05 (5%) dengan demikian nilai Sig 0.000 kecil dari 0.05. Maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan E-Money Dana.

1.9 Pengujian Hipotesis

4.3.1 Uji Hipotesis Parsial (T)

Uji t bertujuan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel independen (sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku) terhadap variabel dependen (minat menggunakan layanan E-Money Ovo atau minat menggunakan layanan E-Money Dana).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.616	2.112		.765	.446
	Sikap	.010	.214	.004	.046	.963
	Norma Subjektif	.596	.132	.452	4.152	.000
	Persepsi Kontrol Perilaku	.724	.136	.611	5.316	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ovo

Gambar 9. T Hitung Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Ovo

- Variabel sikap memperoleh nilai Sig sebesar 0.963, dengan alfa atau tingkat kesalahan sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian Sig 0.963 besar dari alfa 0.05. Maka keputusannya adalah ho ditolak ha diterima, dapat dikatakan sikap tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan E-Money Ovo.
- Variabel norma subjektif memperoleh nilai Sig sebesar 0.000, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan alfa atau tingkat kesalahan sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian Sig 0.000 kecil dari alfa 0.05. Maka keputusannya adalah ho ditolak ha diterima, dapat dikatakan norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan E-Money Ovo.
- Variabel persepsi kontrol perilaku memperoleh nilai Sig sebesar 0.000, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan alfa atau tingkat kesalahan sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian Sig 0.000 kecil dari alfa 0.05. Maka keputusannya adalah ho ditolak ha diterima, dapat dikatakan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan E-Money Ovo.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.687	1.748		.965	.337
	Sikap	.407	.177	.399	2.300	.025
	Norma Subjektif	.108	.109	.091	.995	.322
	Persepsi Kontrol Perilaku	.713	.113	.652	6.327	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Dana

Gambar 10. T Hitung Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Dana

- Variabel sikap memperoleh nilai Sig sebesar 0.025, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan alfa atau tingkat kesalahan sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian Sig 0.025 kecil dari alfa 0.05. Maka keputusannya adalah ho ditolak ha diterima, dapat dikatakan sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan E-Money Dana.
- Variabel norma subjektif memperoleh nilai Sig sebesar 0.322, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan alfa atau tingkat kesalahan sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian Sig 0.322 besar dari alpha 0.05. Maka keputusannya adalah ho diterima ha ditolak, dapat dikatakan norma subjektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan E-Money Dana.
- Variabel persepsi kontrol perilaku memperoleh nilai Sig sebesar 0.000, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan alfa atau tingkat kesalahan sebesar 0.05 atau 5%. Dengan demikian Sig 0.000 kecil dari alfa 0.05. Maka keputusannya adalah ho ditolak ha diterima, dapat dikatakan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan E-Money Dana.

4.3.2 Uji Determinasi (R²)

Uji determinasi R square bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variasi kontribusi yang dapat diberikan oleh variabel independen untuk mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen yang diukur dengan persentase, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan didapatkan ringkasan sebagai berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.537	.522	2.874

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Norma Subjektif

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan Ovo

Gambar 11. R Square Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Ovo

Dari hasil pengujian diperoleh nilai R square sebesar 0.537, nilai koefisien tersebut menunjukkan variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mampu memberikan variasi kontribusi dalam mempengaruhi perubahan minat konsumen menggunakan layanan E-Money Ovo sebesar 53,7%, sedangkan sisanya sebesar 46,3% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.628	.616	2.379

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kontrol Perilaku, Sikap, Norma Subjektif

Gambar 12. R Square Variabel Minat Menggunakan Layanan E-Money Dana

Dari hasil pengujian diperoleh nilai R square sebesar 0.616, nilai koefisien tersebut menunjukkan variabel sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mampu memberikan variasi kontribusi dalam mempengaruhi perubahan minat konsumen menggunakan layanan E-Money Dana sebesar 61,6%, sedangkan sisanya sebesar 38,4% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membahas tentang Perbandingan Minat Masyarakat Generasi Z Terhadap Penggunaan Layanan E-Money Ovo Atau Dana Dengan Menggunakan Pendekatan Theory Of Planned Of Behavior (Studi Di Provinsi Sumatera Barat) yang dilakukan pada tahun 2021 di Provinsi Sumatera Barat dengan menggunakan metode kuantitatif.

Berdasarkan dari hasil penelitian terhadap analisis perbandingan minat masyarakat generasi Z terhadap penggunaan layanan E-Money Ovo atau Dana dengan menggunakan pendekatan theory of planned of behavior (studi di Provinsi Sumatera Barat), dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan mampu menjawab rumusan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini, yakni berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada sub variabel sikap pada item pernyataan “layanan E-Money Ovo atau Dana lebih cepat” memiliki nilai rata-rata persentase tertinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa layanan E-Money Ovo atau Dana lebih cepat dalam melakukan transaksi dan dapat menghemat waktu dan juga efisien, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada sub variabel norma subjektif pada item pernyataan “sebagian besar orang di komunitas faktor yang mempengaruhi dalam menggunakan layanan E-Money Ovo atau Dana” memiliki nilai rata-rata persentase tertinggi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa layanan E-Money Ovo atau Dana sudah layak dan wajar digunakan untuk umum, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada sub variabel persepsi kontrol perilaku pada item pernyataan “layanan E-Money Ovo atau Dana sangat berguna/dapat digunakan untuk berbagai pembayaran” memiliki nilai rata-rata persentase tertinggi. Hal ini

dapat disimpulkan bahwa layanan E-Money Ovo atau Dana bisa diakses kapanpun dan dimanapun dalam setiap transaksi, dan berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi control perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan E-Money Ovo dan minat menggunakan layanan E-Money Dana yang artinya masyarakat Provinsi Sumatera Barat berminat dalam menggunakan layanan E-Money Ovo ataupun layanan E-Money Dana. Tidak terjadi perbandingan yang signifikan antara minat masyarakat dalam menggunakan layanan E-Money Ovo ataupun Dana.

Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini yang sekiranya dapat bermanfaat bagi pihak penyedia layanan E-Money Ovo Dan E-Money Dana yaitu dengan memberikan suatu sistem pengaman seperti mengaktifkan verifikasi dua langkah setiap kali bertransaksi, contohnya dengan mengaktifkan verifikasi wajah sehingga transaksi lebih aman dan mudah, dan pemeliharaan server maupun aplikasi secara rutin untuk mencegah cyber crime yang sangat berbahaya, memberikan edukasi dan promosi mengenai layanan E-Money Ovo dan E-Money Dana sehingga semua masyarakat dapat menggunakan layanan E-Money Ovo dan E-Money Dana, melakukan pemeliharaan server dan melakukan pembaharuan secara rutin sehingga server tidak mengalami gangguan ataupun error, melakukan pembaharuan ataupun upgrade aplikasi agar sistem berjalan lebih maksimal sehingga pengguna merasakan keunggulan layanan aplikasi E-Money Ovo dan Dana. Saran bagi Peneliti selanjutnya diharapkan bisa memberikan atau menambahkan variabel selain dari variabel yang terdapat dalam penelitian ini, agar hasil yang didapatkan bervariasi, dan memperkaya teori yang ada.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). *The Theory Of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol.50:179-211. University Of Massachusetts
- Ajzen. I, Fishbein. (1975). *The Theory Of Planned Behavior*. [Online]. Available At <http://People.umass.edu/ajzen/f&a1975.html> diakses pada 8 Oktober 2021
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*. Open University Press.
- Anshori, Muslich. & Sri Iswati. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi 1. Surabaya: Airlangga University Press.
- Aliyah, Istijabatul (2020). *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*. Yayasan Kita Menulis.
- Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Elektronik Money Di Indonesia. Diakses dari <https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/6498/SKRIPSI.pdf?Sequence=1>
- Bank Indonesia. (2016). PBI Nomor 18/17/PBI/2016 Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.
- Bank Sentral Republik Indonesia, Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 Tentang Uang Elektronik, BAB I, Pasal 1, 2018, <https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Documents/PBI-200618.pdf>
- Bencsik, A. & Machova, R. (2016). "Knowledge Sharing Problems From The Viewpoint Of Intergeneration Management." In ICMLG2016 - 4th International Conference on Management, Leadership And Governance: ICMLG2016 Hlm. 42. Academic Conferences And Publishing Limited
- Berkas.com. [Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp17,23 Triliun, Ini Data Historisnya](https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2020-10-13/transaksi-uang-elektronik-agustus-melesat-tembus-rp1723-triliun-ini-data-historisnya) <https://www.bareksa.com/berita/berita-ekonomi-terkini/2020-10-13/transaksi-uang-elektronik-agustus-melesat-tembus-rp1723-triliun-ini-data-historisnya>
- Budiati, I.D. (2018). *Profil Generasi Milenia*.
- Budiati, Indah. Dkk. (2018). *Statistic Gender Tematik: Profil Generasi Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak.
- Ferinia, Rolyana. Dkk. (2021). *Perilaku Konsumen Kepariwisataaan*. Indonesia: Yayasan Kita Menulis.

- Firmansyah, M.A. (2019). *Perilaku Konsumen "Sikap Dan Pemasaran"*. Yogyakarta: Qiara Media.
- Hamdi, Asep Saepul. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haryono. (2017). *Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel 8.8 Pls*. Jakarta Timur: Luxima Metro Media.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Kusumawardhani, D.A. & Evita Purnaningrum. (2021). *Penyebaran Pengguna Digital Wallet Di Indonesia Berdasarkan Google Trends Analytics*. 17(2), 377-385. Jurnal Feb Unmul.
- Lupiyoadi, R. & Ikhsan. (2015). *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marhaini. (2008). *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Computer Merek Acer (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara)*. Jurnal Manajemen Bisnis, 1(3), H:89-96.
- Markarkandy, Yajnik. & Dasgupta. (2017). *Enabling Internet Banking Adoption: An Empirical Examination With An Augmented Technology Acceptance Models (Tam)*. Journal Of Enterprise Information Management, 263-294.
- Miniard, P.W. & Cohen, J.B. 1983. *"Modeling Personal And Normative Influences On Behavior"*. Journal Of Consumer Research. Vol. 10 No.2.
- Nugroho Et Al. (2018). *Factors Affecting Consumer Interest In Electronic Money Usage With Theory Of Planned Behavior*. Journal Of Consumer Sciences.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor:11/12pbi/2009. Available At <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/135361/peraturan-bi-no-1112pbi2009-tahun-2009> diakses 13 Oktober 2021
- Pertiwi, Nastiti. (2018). *Analisis Minat Perilaku Penggunaan Youtube Sebagai Sumber Pembelajaran Pada Dosen Universitas Telkom Dengan Pendekatan TAM*. Skripsi Pada Universitas Telkom: Diterbitkan.
- Pohan, Aulia. (2011). *Sistem Pembayaran "Strategi Dan Implementasi Di Indonesia"*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pratama, Hellen Chou. (2012). *Cyber Smart Parenting*. Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia.
- Purwono, U. (2010.Hlm.64-65). *Pengukuran Perilaku Berdasarkan Theory Of Planned Behaviour*. Insan .
- Puteri, Bahniar Novinda. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Nike Incorporation Di Indonesia Pada Pengguna Instagram Dengan Structural Equation Modeling*. Skripsi Pada Universitas Telkom: Diterbitkan.
- Ramadani, L. (2016). *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang Elektronik (Emoney) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa*. Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan 8(1): 1-8
- Ramdhani, N. (2011). *Penyusunan Alat Pengukuran Berbasis Theory Of Planned Behavior*. Buletin Psikologi.
- Sangadji, E. & Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santosa, Elizabeth T. (2015). *Raising Children In Digital Era*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Sarlito. (2009). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Simamora, Bilson. (2000). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian Dan Pengembangan*. Indonesia: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_184016.aspx

<https://www.dana.id/product> diakses 15 Oktober 2021

<https://www.dana.id/terms> diakses 7 Oktober 2021

<https://www.ovo.id/about> diakses 15 Oktober 2021

<https://www.ovo.id/about> diakses 7 Oktober 2021

<https://trends.google.co.id/trends/explore?Date=today%205-y&geo=ID&q=dana,ovo> diakses 12 Januari 2022

