

## PENGARUH GAYA HIDUP CASHLESS TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PENGGUNAAN JENIUS DI BANDUNG TAHUN 2018

### THE EFFECT OF CASHLESS LIFESTYLE ON THE PROCESS OF USING JENIUS IN BANDUNG IN 2018

Alifia Wahyuhana<sup>1</sup>, Idola Perdini P.<sup>2</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom<sup>1</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom<sup>2</sup>

alifiawahyuhana@gmail.com<sup>1</sup>, idolaputri11@gmail.com<sup>2</sup>

#### ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet yang tinggi menjadi salah satu faktor perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat penggunaan transaksi digital juga naik signifikan. Peningkatan transaksi digital ini didukung oleh perubahan gaya hidup cashless masyarakat, dimana ini sejalan dengan program BI untuk menciptakan cashless society. Salah satu bank yang mendukung program ini yaitu BTPN dengan mengeluarkan layanan Jenius yang telah mendapatkan penghargaan *Best Digital Banking in Indonesia Country Award 2018* dari Asian Banker. Hal ini dapat dikaitkan bahwa tinggi rendahnya penggunaan aplikasi Jenius dapat dipengaruhi oleh gaya hidup cashless. Maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh gaya hidup cashless terhadap proses keputusan penggunaan Jenius. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuisioner dan menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang variabel aktivitas, minat, opini termasuk dalam kategori “tinggi” dengan persentase rata-rata sebesar 79,7% dan untuk variabel proses keputusan pembelian termasuk dalam kategori “tinggi” dengan persentase 78,4%. Berdasarkan hasil uji T, variabel aktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial, variabel opini dan minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Sementara berdasarkan hasil uji F dan koefisien determinasi ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 61,3% sedangkan 38,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Digital *Banking*, Proses Keputusan Pembelian, *Cashless Society*

#### ABSTRACT

*The high growth of internet users is one of the factors in the development of the digital economy in Indonesia. The Financial Services Authority (OJK) noted that the use of digital transactions also increased significantly. This increase in digital transactions is supported by changes in the cashless lifestyle of the community, which is in line with the BI program to create a cashless society. One of the banks that supports this program is BTPN by issuing Jenius services that have been awarded the Best Digital Banking in Indonesia Country Award 2018 from Asian Banker. This can be attributed that the high and low use of Jenius applications can be influenced by the*

*cashless lifestyle. So this study was conducted to determine whether there is a cashless lifestyle influence on the Jenius purchasing decision process. This study uses a quantitative method by distributing questionnaires and using multiple linear regression. From the results of the study it can be concluded that the responses of respondents about the variables of activity, interests, opinions included in the "high" category with an average percentage of 79.7% and for the process of purchasing decision variables included in the "high" category with a percentage of 78.4%. Based on the results of the T test, the activity variable does not have a significant effect on purchasing decisions partially, opinion variables and interests have a significant effect on purchasing decisions partially. While based on the results of the F test and the coefficient of determination the three variables have a significant effect on the process of purchasing decisions by 61.3% while the other 38.7% is influenced by other factors.*

**Keywords:** *Lifestyle, Digital Banking, Purchase Decision, Cashless Society*

---

## PENDAHULUAN

Pengguna transaksi digital atau *e-banking* tumbuh sangat pesat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pengguna *e-banking* pada 2016 mencapai 50,4 juta nasabah, tumbuh 270 persen dari 13,6 juta nasabah pada 2012. Frekuensi transaksi penggunaan *e-banking* juga naik signifikan. Pada 2016, volume transaksi *e-banking* tumbuh 169 persen menjadi 405,4 juta transaksi, dari 150,8 juta transaksi pada 2012. Konsekuensi adanya tren peningkatan penggunaan transaksi digital sejalan dengan fenomena jumlah kantor bank di Indonesia mulai menyusut.

Pertumbuhan pengguna internet yang tinggi menjadi salah satu faktor penting yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan ekonomi digital di negeri ini. Dan apabila dibandingkan dengan pertumbuhan pengguna internet beberapa negara, Indonesia menjadi salah satu yang paling unggul diantara negara lainnya. Namun sayangnya, fakta lain menunjukkan bahwa layanan yang paling banyak diakses oleh pengguna internet yaitu sebesar 89,35% merupakan jenis layanan aplikasi *chatting* dan aktivitas paling sedikit diakses oleh para pengguna internet dari hasil survei adalah layanan perbankan yang hanya sebesar 7,39%. Tentunya hal ini menjadi dasar agar peningkatan pengguna internet harusnya sejalan dengan peningkatan penggunaan digital *banking* yang merupakan bagian dari gerakan alat pembayaran non tunai. Maka dari itu muncul adanya gerakan penggunaan alat pembayaran nontunai yang dicanangkan oleh Bank Indonesia hingga berangsur-angsur dapat terbentuk *cashless society*.

Salah satu bank yang turut mendukung dan mempercepat gerakan *cashless society* tersebut yaitu Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) yaitu dengan mengeluarkan layanan aplikasi digital *banking* bernama Jenius. Jenius meraih penghargaan *Best Digital Banking in Indonesia Country Award 2018* dari Asian Banker. Mini riset yang diadakan oleh Jenius (Jenius Connect, 2017) juga menyimpulkan bahwa 81% penggunanya lebih menyukai *cashless* sebagai metode pembayaran mereka. Hal ini dikaitkan bahwa tinggi rendahnya penggunaan aplikasi Jenius dapat dipengaruhi oleh gaya hidup *cashless*/non tunai. Hal tersebut juga diperkuat oleh Sunyoto (2013:13) yang mengemukakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah gaya hidup yang merupakan bagian dari karakteristik pribadi. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian saat ini adalah gaya hidup.

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:171), konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai konsumen yang berubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku pembelian. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (*activity*), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (*interest*), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (*opinion*). Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang dan menggambarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya (Setiadi, 2010: 77).

Dengan dilatarbelakangi masalah di atas maka penulis tertarik untuk menyusun penelitian dengan judul “**Pengaruh Gaya Hidup *Cashless* Terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius di Bandung Tahun 2018**”

## TINJAUAN PUSTAKA

### Perilaku Konsumen

*American Marketing Association* dalam Peter dan Olson (2010:5) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis dari pengaruh dan kognisi, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek pada kehidupan mereka. Perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan pengalaman perasaan orang dan menunjukkan tindakan dalam proses konsumsi. Hal tersebut mencakup semua hal dalam lingkungan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan.

### Gaya Hidup

Menurut Sunyoto (2013:13) gaya hidup adalah cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya.

### Gaya Hidup *Cashless*

Gaya hidup *less cash* adalah sebuah gaya hidup dimana uang *cash* digantikan oleh keberadaan uang elektronik sehingga untuk melakukan transaksi apapun cukup dibutuhkan satu kartu atau dapat melalui ponsel (BCA, 2013a). Adapun menurut Purwono (2014) gaya hidup berbelanja tanpa uang tunai secara langsung disebut gaya hidup *cashless*.

### Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Keller (2013:184) **Keputusan Pembelian** suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan studi deskriptif dan kausal. Suharsaputra (2012:49) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang

menggunakan angka – angka yang dijumlahkan sebagai data kemudian dianalisis. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu Aktivitas (X1), Minat (X2), Opini (X3) dan Variabel Keputusan Pembelian(Y)

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Jenius di wilayah Bandung. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan *nonprobability sampling* dengan *metode Quota Sampling*. Karena populasinya tidak diketahui secara pasti, maka besarnya sampel ditentukan melalui rumus Couchran. Sehingga dari perhitungan rumus di atas, diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 96,04 responden (96 orang). Skala yang digunakan untuk penghitungan kuisisioner yaitu Skala Likert hanya dengan 4 pilihan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa nilai dari setiap item pernyataan dalam kuisisioner sudah valid dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisisioner dalam penelitian ini reliabel.

#### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan garis kontinum yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

Aktivitas	79,9%	Tinggi
Minat	78,5%	Tinggi
Opini	80,6%	Tinggi
Proses Keputusan Pembelian	78,4%	Tinggi

#### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal, maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian normalitas dilakukan melalui tes *Kolmogorov-Smirnov* koreksi *Lilliefors*. Dengan bantuan *software SPSS 23* diperoleh hasil sebagai berikut

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17444036
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.055
	Negative	-.089

Test Statistic	.089
Asymp. Sig. (2-tailed)	.060 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

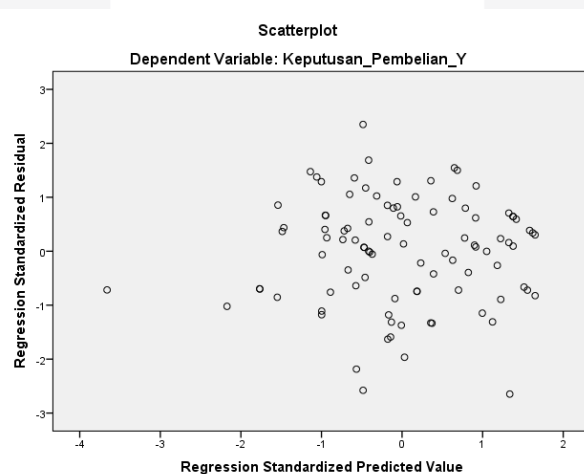
Berdasarkan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,060 dimana nilai signifikan lebih dari 0,05 sehingga dapat dijelaskan bahwa data berdistribusi normal.

### Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.089	1.386		.786	.434		
	Aktivitas_X1	.065	.089	.067	.723	.471	.496	2.017
	Minat_X2	.273	.095	.288	2.869	.005	.416	2.403
	Opini_X3	.410	.074	.509	5.575	.000	.504	1.985

Priyatno (2012:56) menjelaskan bahwa model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel. Cara untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat *Varian Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dalam model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas



Dari output di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas, di bawah, di kiri dan di kanan angka 0. Jadi dapat disimpulkan bahwa titik-

titik menyebar pada empat kuadran (tidak memusat pada salah satu kuadran) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterosdastisitas dalam model regresi.

**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.089	1.386		.786	.434
	Aktivitas_X1	.065	.089	.067	.723	.471
	Minat_X2	.273	.095	.288	2.869	.005
	Opini_X3	.410	.074	.509	5.575	.000

a. Dependent Variable: Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan output di atas didapat nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,089 + 0,065 X1 + 0,273 X2 + 0,410 X3$$

**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 <sup>a</sup>	.613	.601	2.209609

a. Predictors: (Constant), Opini\_X3, Aktivitas\_X1, Minat\_X2

b. Dependent Variable: Proses\_Keputusan\_Pembelian\_Y

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2 \times 100\% \\
 &= 0,613 \times 100\% \\
 &= 61,3\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus di atas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 61,3%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel Aktivitas (X1), Minat (X2) dan Opini (X3) terhadap variabel Proses Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 61,3%. Sedangkan sisanya sebesar 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712.948	3	237.649	48.675	.000 <sup>b</sup>
	Residual	449.178	92	4.882		
	Total	1162.126	95			

a. Dependent Variable: Proses Keputusan\_Pembelian\_Y

b. Predictors: (Constant), Opini\_X3, Aktivitas\_X1, Minat\_X2

Tabel 4.11 diketahui bahwa tingkat signifikansi (Sig) penelitian sebesar 0,000<sup>b</sup>, dapat disimpulkan bahwa 0,000<sup>b</sup> < 0,05 sehingga H<sub>1</sub> dapat diterima yaitu terdapat pengaruh dari gaya hidup *cashless* (aktivitas, minat dan opini) terhadap proses keputusan pembelian.

Berdasarkan perbandingan hasil F<sub>hitung</sub> (48,675) dengan F<sub>tabel</sub> (2,70) maka F<sub>hitung</sub> ≥ F<sub>tabel</sub> maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima, artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Gaya Hidup *Cashless* (Aktivitas, Minat dan Opini) terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius di Bandung.

### Hasil Uji Hipotesis secara Parsial

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.089	1.386		.786	.434
	Aktivitas_X1	.065	.089	.067	.723	.471
	Minat_X2	.273	.095	.288	2.869	.005
	Opini_X3	.410	.074	.509	5.575	.000

a. Dependent Variable: Proses Keputusan Pembelian

Berdasarkan perhitungan hasil uji t di atas dapat dilihat bahwa pada variabel Aktivitas (X1) diperoleh t<sub>hitung</sub> (0,723) lebih kecil dari t<sub>tabel</sub> (1,661) dengan presentase pengaruh sebesar 3,8%. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan aktivitas terhadap proses keputusan penggunaan Jenius di Bandung secara parsial. Kemudian Uji t pada variabel Minat (X2) diperoleh t<sub>hitung</sub> (2,869) lebih besar dari t<sub>tabel</sub> (1,661) dengan presentase pengaruh sebesar 19,6%. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan minat terhadap proses keputusan penggunaan Jenius di Bandung secara parsial. Sedangkan Uji t pada variabel Opini (X3) diperoleh t<sub>hitung</sub> (5,575) lebih besar dari t<sub>tabel</sub> (1,661) dengan presentase pengaruh sebesar 37,9%. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan opini terhadap proses keputusan penggunaan Jenius di Bandung secara parsial.

### KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan pada responden yang merupakan pengguna Jenius BTPN di Bandung tahun 2018, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab atas permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Gaya Hidup Cashless terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius di Bandung tahun 2018 yang signifikan sebesar 61,3%. Sedangkan sisanya sebesar 38,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Gaya Hidup Cashless (Aktivitas, Minat dan Opini) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius di Bandung. Sedangkan berdasarkan uji pengaruh parsial, hanya variabel minat dan opini yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius.

## SARAN

Dalam penelitian ini, variabel opini mendapatkan persentase paling tinggi yaitu sebesar 80,6%. Artinya pendapat dan pandangan pengguna Jenius cukup tinggi maka diharapkan BTPN dapat memberikan lebih banyak penawaran menarik serta fitur-fitur baru lainnya agar pengguna semakin loyal dalam menggunakan Jenius.

Dengan adanya pengaruh positif secara simultan dari Gaya Hidup *Cashless* terhadap Keputusan Penggunaan Jenius, diharapkan dapat digunakan oleh Bank Tabungan Pensiun Negara (BTPN) menyempurnakan layanan atau fitur yang ada dalam aplikasi agar kedepannya lebih baik lagi sehingga pengguna jauh lebih nyaman menggunakan layanan yang ditawarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Setiadi, Nugroho. 2013. Perilaku Konsumen Edisi Revisi. Jakarta: Kencana
- Siregar, Sofiyani. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS
- Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Olson, Jerry. Paul. 2014. Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran. 2014. Jakarta: Salemba Empat
- Priyatno, D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Jakarta: Buku Seru.
- <https://apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016> (Akses 7 November 2017 pukul 17.35).
- <https://keuangan.kontan.co.id/news/2017-lalu-bank-btpn-kurangi-114-outlet-dan-4525-karyawan> (Akses pada tanggal 21 September pukul 19.03 WIB)
- <https://www.btpn.com/id/tentang-kami/mvv> (Akses pada tanggal 21 September pukul 19.03 WIB)
- <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/19/173340226/bagi-perbankan-digitalisasiadalah-keharusan> (Akses pada tanggal 21 September pukul 19.23 WIB)
- <https://tirto.id/di-balik-makin-menciutnya-jumlah-kantor-cabang-bank-cDWE> (Akses pada tanggal 21 September pukul 21.04 WIB)



<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/22/pertumbuhan-pengguna-internet-indonesia-nomor-1-di-dunia> (Akses pada tanggal 21 September pukul 21.20 WIB)

<https://www.pwc.com/id/en/publications/assets/financialservices/digital-banking-survey-2018-pwcid.pdf> (Akses pada tanggal 21 September pukul 22.10 WIB)

<http://www.nontunai.com/kenali/mengenal-gnnt/> (Akses pada tanggal 21 September pukul 19.00 WIB)

<http://finansial.bisnis.com/read/20180208/55/736617/bayar-non-tunai-gaya-hidup-milenial> (Akses pada tanggal 21 September pukul 19.30 WIB)