

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PENGGUNAAN  
KARTU E-MONEY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

**JURNAL ILMIAH**

**Disusun oleh :**

**Isnani Nurannisa Fitri  
115020407111049**



**JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2016**

## LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

### **ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA PENGGUNAAN KARTU E-MONEY SEBAGAI ALAT TRANSAKSI**

Yang disusun oleh :

Nama : Isnani Nurannisa Fitri  
NIM : 115020407111049  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 20 Januari 2016.

Malang, 20 Januari 2016

Dosen Pembimbing,



**Eddy Suprpto, SE.,ME.**

NIP. 19580709 198603 1 002

# **Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan pada Penggunaan Kartu E-Money Sebagai Alat Transaksi**

**Isnani Nurannisa Fitri**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Email : isnanii\_2@yahoo.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang terdapat pada *e-money* mempengaruhi preferensi konsumen terhadap penggunaan *e-money* sebagai transaksi dengan menggunakan regresi linear berganda. Penelitian ini dilakukan di kota Malang, dengan menggunakan metode survei. Penelitian ini memperoleh responden sebanyak 101 konsumen di kota Malang baik masyarakat tetap maupun pendatang yang bertransaksi menggunakan *e-money*. penelitian ini menggunakan *software SPSS* untuk menguji data penelitian. Hasil analisis untuk model ini menunjukkan Kemudahan, Pemanfaatan Waktu, Tingkat Keamanan, Kepercayaan dan Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Konsumen. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu sektor perbankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi Preferensi Konsumen dalam menggunakan *e-money*.

**Kata Kunci** : Preferensi Konsumen, Kemudahan, Pemanfaatan Waktu, Tingkat Keamanan, Kepercayaan, Biaya, E-Money.

## **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi di dunia dan juga di Indonesia sudah semakin maju. Kemajuan inilah menuntuk perbankan dan perusahaan meningkatkan kualitasnya. Strategi untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat yaitu menciptakan inovasi-inovasi baru. Hal ini berpengaruh kepada perekonomian modern. Pada perekonomian modern ini, arus lalu lintas pertukaran barang dan jasa sudah semakin cepat sehingga diperlukan dukungan sistem pembayaran yang cepat, handal, dan efisien. Perkembangan teknologi dan perekonomian modern ini membuat pola dan sistem pembayaran transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Hal ini menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran dan beralih kepada pembayaran non-tunai yang lebih efisien. Salah satu alat pembayaran yang dikeluarkan Bank Indonesia adalah *Electronic Money*.

E-money saat ini telah dikembangkan di beberapa negara. E-money merupakan alat pembayaran mikro yang didesain untuk menangani kebutuhan transaksi dengan nilai yang sangat kecil namun bervolume tinggi sehingga membutuhkan waktu pemrosesan transaksi yang cepat. E-money karakteristiknya berbeda dengan pembayaran elektronis lainnya. Pembayaran menggunakan e-money tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan tidak terkait secara langsung dengan rekening nasabah di Bank sebab e-money tersebut merupakan produk 'stored value'.

Kebijakan *Less Cash Society* yang dicanangkan Bank Indonesia sejak periode 2005-2006 juga merupakan alasan e-money dikeluarkan. Kebijakan yang bertujuan untuk mengurangi penggunaan instrumen uang tunai sudah ramai diterapkan di berbagai pusat transaksi masyarakat. Diantaranya pada pusat perbelanjaan, restoran, fasilitas transportasi seperti kereta, transjakarta, gerbang tol, hingga parkir.

Kegiatan transaksi secara elektronik awalnya masih di dominasi oleh *internet banking*, *credit card*, *debit card*, dan *mobile banking*. Instrumen pembayaran tersebut memiliki beberapa kesamaan jumlah nilai minimum untuk melakukan transaksi yang kemudian transaksi tersebut dilakukan langsung oleh nasabah yang menggunakannya. Saat ini *e-money* yang mendominasi pasar diantaranya FLAZZ BCA yang dikatakan sebagai pelopor *e-money* di Indonesia, BRIZZI yang dikeluarkan BRI, dan Indomaret card yang dikeluarkan oleh Bank Mandiri yang berfungsi tidak hanya melakukan transaksi di Indomaret tetapi juga sebagai pembayaran tarif tol sebagai pembayaran tarif tol sebagai pengganti *e-toll card*.

Meskipun e-money banyak memiliki manfaat dalam oenggunaannya, masih banyak masyarakat yang beranggapan menggunakan uang tunai masih lebih mudah daripada menggunakan e-money. oleh karena itu, perbankan perlu mengkaji lebih dalam pada faktor-faktor apa saja yang terdapat pada e-money agar meningkatkan preferensi konsumen. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan e-money dengan judul “**Analisis Preferensi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan pada Penggunaan Kartu E-Money Sebagai Alat Transaksi**”

Rumusan masalah yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah meneliti faktor-faktor yang terdapat pada e-money mempengaruhi preferensi konsumen terhadap penggunaan e-money sebagai alat transaksi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang terdapat pada e-money mempengaruhi preferensi konsumen terhadap penggunaan e-money sebagai alat transaksi.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

### **Sistem Pembayaran**

Sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem pembayaran merupakan sistem yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain. Media yang digunakan untuk pemindahan nilai uang tersebut sangat beragam, mulai dari penggunaan alat pembayaran yang sederhana sampai pada penggunaan sistem yang kompleks dan melibatkan berbagai lembaga berikut aturan mainnya. Kewenangan mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran di Indonesia dilaksanakan oleh Bank Indonesia yang dituangkan dalam Undang-Undang Bank Indonesia.

Dalam menjalankan mandat tersebut, bank Indonesia mengacu pada empat prinsip kebijakan sistem pembayaran, yaitu:

- 1. Keamanan**
- 2. Efisiensi**
- 3. Kesetaraan akses**
- 4. Perlindungan konsumen**

### **Alat Pembayaran Non Tunai**

Alat pembayaran nontunai sudah berkembang dan semakin lazim dipakai masyarakat. Kenyataan ini memperlihatkan kepada kita bahwa jasa pembayaran nontunai yang dilakukan bank maupun lembaga selain bank (LSB), baik dalam proses pengiriman dana, penyelenggara kliring maupun sistem penyelesaian akhir (settlement) sudah tersedia dan dapat berlangsung di Indonesia. Transaksi pembayaran nontunai dengan nilai besar diselenggarakan Bank Indonesia melalui sistem BI-RTGS (Real Time Gross Settlement) dan sistem kliring. Sebagai informasi, sistem BI-RTGS adalah seluruh penyelesaian transaksi keuangan di Indonesia.

Hampir 95% transaksi keuangan nasional bernilai besar dan bersifat mendesak seperti transaksi di Pasar Uang Antar Bank (PUAB), transaksi di bursa saham, transaksi pemerintah, transaksi valuta asing (valas) serta settlement hasil kliring dilakukan melalui sistem BI-RTGS. Pada tahun 2010, BI-RTGS melakukan transaksi sedikitnya Rp 174,3 triliun per hari. Sedangkan transaksi nontunai dengan alat pembayaran menggunakan kartu (APMK) dan uang elektronik masing-masing nilai transaksinya hanya Rp 8,8 triliun per hari yang dilakukan Bank atau LSB.

Melihat pentingnya peran BI-RTGS dalam sistem pembayaran nasional, barang tentu harus dijaga kontinuitas dan stabilitasnya. Bisa sesaat saja sistem BI-RTGS ngadat atau mengalami gangguan, jelas akan sangat mengganggu kelancaran dan stabilitas sistem keuangan di dalam negeri. Hal itu belum memperhitungkan dampak material dan nonmaterial dari macetnya sistem BI-RTGS tadi. Untuk itulah BI sangat peduli menjaga stabilitas BI-RTGS yang dikategorikan sebagai Systemically Important Payment System (SIPS). SIPS adalah sistem yang memproses transaksi pembayaran bernilai besar dan bersifat mendesak. Wajar saja apabila BI sangat peduli

menjaga kestabilan SIPS dengan mengelola risiko, desain, kehandalan teknologi, jaringan pendukung dan aturan main dalam SIPS. Selain SIPS dikenal pula System Wide Important Payment System (SWIPS), yaitu sistem yang digunakan oleh masyarakat luas. Sistem Kliring dan APMK termasuk dalam kategori SWIPS ini. BI juga peduli dengan SWIPS karena sifat sistem yang digunakan secara luas oleh masyarakat. Apabila terjadi gangguan maka kepentingan masyarakat untuk melakukan pembayaran akan terganggu pula, termasuk kepercayaan terhadap sistem dan alat-alat pembayaran yang diproses dalam sistem.

### **Teori Konsumen**

teori konsumen mencoba menerangkan perilaku konsumen dalam membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh alat-alat pemuas kebutuhan, yang dapat berupa barang-barang konsumsi ataupun jasa-jasa konsumsi (Reksoprayitno, 2011). Kesimpulannya teori konsumen ialah bagaimana reaksi konsumen dalam kesediaannya membeli sesuatu barang terhadap berubahnya jumlah pendapatan yang ia peroleh, terhadap berubahnya harga barang yang bersangkutan, terhadap berubahnya harga barang yang berhubungan dengan barang yang bersangkutan, terhadap berubahnya cita rasa yang dimilikinya.

Fungsi utama barang-barang dan jasa-jasa konsumsi ialah memenuhi kebutuhan langsung pemakainya. Yang bertindak sebagai pemakai barang-barang dan jasa-jasa konsumsi pada umumnya adalah rumah-rumah tangga keluarga. Dalam kedudukannya sebagai pemakai barang-barang dan jasa-jasa konsumsi mereka disebut konsumen. Terpenuhinya kebutuhan seorang konsumen menimbulkan kepuasan bagi konsumen tersebut. Dengan demikian mudah dipahami mengapa para pemikir ekonomi mengatakan bahwa konsumsi barang-barang dan jasa-jasa menghasilkan kepuasan atau satisfaction, yang sering pula disebut guna atau utility.

Dalam teori konsumen dikenal tiga macam pendekatan, diantaranya:

#### 1. Pendekatan Utilitas

Menurut pendekatan daya guna ini setiap barang mempunyai dayaguna atau memberikan kepuasan kepada konsumen yang menggunakan barang tersebut. Jadi jika seorang konsumen meminta sesuatu jenis barang, pada dasarnya yang diminta adalah dayaguna (utilitas) barang tersebut.

#### 2. Pendekatan Kurva Indifferen

pendekatan ini mengatakan tingkat kepuasan seseorang dari mengkonsumsi barang atau jasa tidak dapat dihitung dengan uang atau angka atau satuan lainnya, tetapi dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah (dengan skala ordinal seperti ke-1, ke-2, ke-3 dan seterusnya).

#### 3. Pendekatan Atribut

Kalau teori-teori sebelumnya menggunakan asumsi bahwa yang diperhatikan oleh konsumen ialah produknya. Maka teori sumbangan hasil pemikiran Lancaster mendasarkan pada asumsi bahwa perhatian konsumen bukan pada produknya, melainkan lebih pada 'attribute' yang bersangkutan. Yang dimaksud dengan 'attribute' suatu barang ialah semua jasa yang dihasilkan oleh penggunaan dan atau pemilihan barang tersebut.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler (2002) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen sebagai berikut:

1. Faktor Sosial yang terdiri dari grup, pengaruh keluarga, peran dan status
2. Faktor Personal terdiri dari situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, umur dan siklus hidup, pekerjaan.
3. Faktor Psikologi terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan perilaku.
4. Faktor Kebudayaan terdiri dari sub-budaya dan kelas sosial

### **Preferensi Konsumen**

keterkaitan preferensi (preference relation) mempunyai peranan penting dalam pilihan konsumen (consumer's choice). Keterkaitan preferensi merupakan diskripsi formal mengenai kemampuan dan kecenderungan pilihan jika konsumen dihadapkan pada suatu pilihan. Meskipun ukuran tingkatan kepuasan konsumen bukan kardinal, konsumen diasumsikan mampu menyatakan

preferensinya yang dapat diterima secara logis. Terdapat 3 asumsi yang merupakan dasar teori tentang konsumen. Ketiganya tidak menjelaskan preferensi konsumen, tetapi menekankan adanya tingkat rasionalitas dan kewajaran pada asumsi tersebut. Atas dasar asumsi-asumsi ini dapat menyelidiki perilaku konsumen, diantaranya:

1. Kelengkapan. Preferensi diasumsikan lengkap. Dengan kata lain konsumen dapat membandingkan dan menilai semua keranjang pasar
2. Transiivitas. Preferensi adalah transitif. Jika seseorang konsumen lebih suka keranjang A daripada B, dan lebih suka B daripada C, maka konsumen itu dengan sendirinya lebih suka A daripada C.
3. Lebih baik berlebih daripada kurang. Semua barang yang baik adalah barang yang diinginkan. Sehingga konsumen selalu menginginkan lebih banyak daripada kurang.

### **Pemaparan *E-Money* Sebagai Obyek Dalam Penelitian**

Dalam salah satu laporan yang diterbitkan oleh Bank for International Settlement (BIS) pada bulan Oktober 1996, e-money didefinisikan sebagai produk stored-value atau prepaid dimana sejumlah uang (monetary value) disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik yang dimiliki seseorang. 'Nilai elektronik' ini dapat diperoleh seseorang dengan menukarkan sejumlah uang tunai atau dengan pendebitan rekeningnya di bank untuk kemudian disimpan dalam peralatan elektronik miliknya. E-money dimaksudkan untuk berbagai keperluan pembayaran (multi purpose), berbeda dengan kebanyakan single-prepaid card yang hanya dapat digunakan untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon.

Penggunaan e-money diperkirakan akan memberikan keuntungan/kelebihan dibandingkan dengan menggunakan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain:

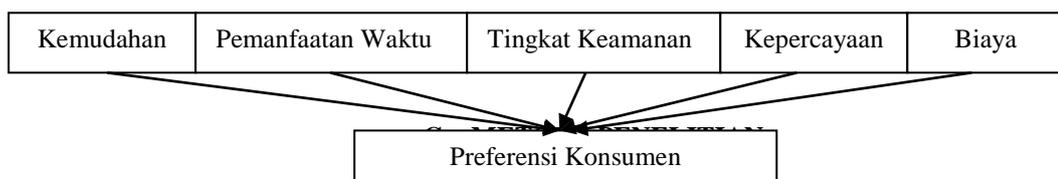
1. Pengguna *e-money* lebih nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil.
2. Nasabah dapat melakukan isi ulang '*electronic value*' kedalam kartu e-money dari rumah melalui saluran telepon, sehingga tidak perlu mengambil uang tambahan di ATM.
3. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi dengan e-money jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kredit atau debit.

Untuk menganalisis kriteria kualitas produk dapat menggunakan beberapa dimensi atribut. Atribut yang digunakan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini atribut yang digunakan berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu dan observasi dari beberapa masyarakat yang sudah menggunakan jasa E-Money. karena pada penelitian terdahulu tidak semua atribut dapat digunakan dalam menganalisis kualitas yang produk yang dimiliki oleh E-Money. maka dimensi atribut yang digunakan dalam penelitian ini yang berhubungan dengan penggunaan E-Money untuk alat pembayaran adalah sebagai berikut:

1. **Kemudahan**
2. **Pemanfaatan Waktu**
3. **Tingkat Keamanan**
4. **Kepercayaan**
5. **Biaya**

### **Model Penelitian**

Gambar 1 : **Bagian Hubungan Variabel Bebas dan Variabel Terikat**



### **Jenis Penelitian**

Berdasarkan masalah yang diteliti, jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif kuantitatif merupakan teknik mengumpulkan, mengelola, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data agar dapat memberikan gambaran tentang suatu kejadian dengan observasi yang

dinyatakan dengan angka. Pembahasan dalam penelitian ini mengacu pada hasil observasi yaitu berupa survei pada responden dengan menggunakan kuesioner dan skala likert sebagai alat pengukurannya untuk mendapatkan informasi.

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang. Lokasi ini dipilih karena Malang termasuk 10 besar kota terbesar di Indonesia. Hal ini ditunjukkan untuk mengetahui sejauh mana masyarakat yang ada kota Malang menggunakan jasa kartu E-Money sebagai alat pembayaran.

### **Populasi dan Sampel**

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh masyarakat yang ada di kota Malang yang menggunakan layanan e-money sebagai alat pembayaran. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2009:85) purposive sampling adalah teknik penentu sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel ditentukan pada penggunaan jasa kartu E-Money yang telah memenuhi kriteria tertentu. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 101 orang.

### **Sumber Data**

Sumber data penelitian merupakan faktor penting yang dijadikan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian diperoleh dari data primer dan sekunder. Pada penelitian ini data primer didapatkan langsung dari responden dengan cara memberikan kuesioner. Sedangkan data sekundernya didapatkan dari hasil observasi langsung kepada masyarakat yang menggunakan jasa *e-money* sebagai alat transaksi. Selain itu juga didapatkan dari dasar teori buku-buku ekonomi, dan mengambil beberapa literatur-literatur seperti: artikel, buku, jurnal, berita online, artikel online dan sejenisnya yang berhubungan dengan apa yang diteliti oleh peneliti.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Metode wawancara juga dilakukan dalam penelitian ini. Wawancara ditujukan kepada para konsumen dan karyawan Bank Indonesia. Jenis wawancara yang digunakan tidak terstruktur karena tidak memasukkan situasi wawancara dengan urutan yang terencana. Selain itu, observasi juga dilakukan dalam penelitian ini. Dimana peneliti melakukan observasi di tempat-tempat yang sering menggunakan *e-money* untuk transaksi.

### **Metode Analisis Data**

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu *software SPSS* yang digunakan untuk mencari keterikatan variabel-variabel tersebut.

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perkembangan E-Money di Indonesia**

Perkembangan *e-money* di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Perkembangan e-money di Indonesia dimulai pada tahun 2009 dimana pada tahun tersebut merupakan tahun tonggak pertumbuhan e-money paling signifikan. Transaksi e-money di Indonesia mencapai angka Rp 1,4 milyar per hari dengan jumlah transaksi hanya mencapai 48 ribu kali dalam setahun. Tren pertumbuhan tersebut ternyata terus diikuti di tahun-tahun berikutnya, seperti pada tahun 2011 ketika transaksi e-money melonjak naik hingga mencapai 112 ribu kali dalam setahun dengan nilai perputaran uang mencapai Rp 2,7 milyar per hari. Pada tahun 2012, transaksi e-money berlipat ganda hingga 219 ribu transaksi dalam setahun dengan nilai bisnis yang dikatakan transaksi e-money setiap tahunnya bertumbuh sekitar 120% dari tahun ke tahun, hingga akhirnya pada tahun 2013 ini transaksi e-money telah menembus angka Rp 6,7 milyar per hari. Sampai saat ini pihak BI masih terus mengupayakan peningkatan pada penggunaan e-money pada masyarakat. BI secara aktif terus berupaya untuk mensosialisasikan layanan menggunakan uang elektronik kepada masyarakat luas baik secara langsung maupun melalui media sosialisasi dan edukasi

### **Gambaran Umum Responden**

Mengetahui karakteristik masyarakat diperlukan agar dapat mengetahui apa yang diperlukannya. Hal ini dikarenakan perilaku masyarakat juga berbeda antar kelas sosial yang pembagian masyarakat yang terdiri dari individu yang memiliki minat dan perilaku yang sama (Kotler, 2002). Apabila karakteristik masyarakat telah diketahui, diharapkan pembuat kebijakan akan lebih mudah dalam membuat suatu kebijakan. Karakteristik sangat diperlukan untuk melihat proporsi masyarakat yang terwakili melalui responden. Pada karakteristik responden ini diperoleh dari hasil survey menggunakan kuesioner, dan kuesioner ini berjumlah 101 yang disebar kepada seluruh masyarakat yang ada di Kota Malang.

Dari hasil penelitian didapatkan jumlah responden yang menggunakan layanan e-money sebagai alat transaksi didominasi oleh adalah perempuan dengan jumlah 61,39% dengan rata-rata usia antara 20-25 tahun.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Dari hasil persamaan regresi dari SPSS, didapatkan bahwa hubungan antara variabel independen yakni Kemudahan, Pemanfaatan Waktu, Tingkat Keamanan, Kepercayaan, dan Biaya dengan variabel dependennya yaitu Preferensi Konsumen berpengaruh positif. Dengan analisis regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,177X_1 + 0,168X_2 + 0,205X_3 + 0,208X_4 + 0,200X_5$$

Dari hasil di atas didapatkan bahwa apabila variabel X1 (Kemudahan), X2 (Pemanfaatan Waktu), X3 (Tingkat Keamanan), X4 (Kepercayaan), dan X5 (Biaya) mengalami kenaikan satu satuan, maka Preferensi Konsumen juga akan mengalami kenaikan. Pengaruh peningkatan dari variabel Kemudahan sebesar 18%, Pemanfaatan Waktu sebesar 17%, Tingkat Keamanan sebesar 20%, Kepercayaan sebesar 21%, dan Biaya sebesar 20%. Yang mana angka tersebut didapat dari jumlah koefisien yang didapat.

Pada uji R-Square ini didapatkan besarnya pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen. Dari perhitungan R-Square, didapatkan hasil adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,610. Artinya bahwa 61% variabel dependennya akan dipengaruhi oleh variabel Independennya. Sedangkan sisanya, 39% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dalam pengujian hipotesis uji F, digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari regresi signifikan atau tidak. Didapatkan hasil F hitungnya sebesar 32,266 dengan F tabelnya sebesar 2,310. Dapat diketahui bahwa nilai F hitung > F tabel yaitu 32,266 > 2,310. Hal ini berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel independennya. Kemudian pada pengujian hipotesis uji t yang digunakan untuk mengetahui masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Didapatkan hasil bahwa variabel independen nilai t hitungnya lebih besar dari t tabel. Hal ini dikatakan H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima dan dapat disimpulkan variabel independennya berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Diketahui bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh dominan terhadap Preferensi Konsumen karena memiliki nilai t hitung paling besar.

### **Uji Normalitas**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. H<sub>0</sub> : Jika nilai Asymp. Sig > 0,05, maka residualnya berdistribusi normal.
- b. H<sub>1</sub> : Jika nilai Asymp. Sig < 0,05, maka residualnya tidak berdistribusi normal.

Dari hasil perhitungan pada tabel Kolmogorov-Smirnov didapatkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,999 > 0,05, maka ketentuan H<sub>0</sub> diterima yaotu asumsi normalitas terpenuhi.

### **Uji Multikolinieritas**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel independen apakah memiliki hubungan satu sama lain atau tidak (korelasi). Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance < 0,1 maka terjadi multikolinearitas. Dari hasil pengujian, maka didapatkan hasil dari masing-masing variabel bebas:

- a. Tolerance untuk Kemudahan adalah 0,528
- b. Tolerance untuk Pemanfaatan Waktu adalah 0,601
- c. Tolerance untuk Tingkat keamanan adalah 0,375
- d. Tolerance untuk Kepercayaan adalah 0,399
- e. Tolerance untuk Biaya adalah 0,419

Dari hasil pengujian didapatkan bahwa keseluruhan nilai tolerance  $> 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat pula dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dengan angka 10. Jika nilai VIF  $> 10$  maka terjadi multikolinearitas. Berikut hasil pengujian masing-masing variabel bebas :

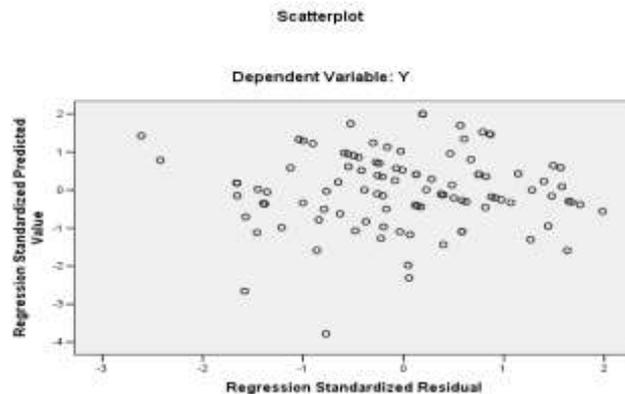
- a. VIF untuk Kemudahan adalah 1,893
- b. VIF untuk Pemanfaatan Waktu adalah 1,664
- c. VIF untuk Tingkat keamanan adalah 2,668
- d. VIF untuk Kepercayaan adalah 2,504
- e. VIF untuk Biaya adalah 2,388

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinearitas dapat terpenuhi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas. Atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji dilakukan dengan Uji scatter plot. Pengujian kehomogenan ragam sisaan dilandasi pada hipotesis:

- a.  $H_0$  : ragam sisaan homogen
- b.  $H_1$  : ragam sisaan tidak homogen



Dari hasil pengujian tersebut didapat bahwa diagram tampilan scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa sisaan mempunyai ragam homogen (konstan) atau dengan kata lain tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

### Pembahasan

Pada hasil penelitian ini dapat dikatakan apabila kemudahan yang dirasakan konsumen dalam bertransaksi dengan e-money mengalami kenaikan, maka keinginan konsumen untuk bertransaksi menggunakan jasa e-money akan semakin sering. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hidayanti (2014), bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen. Ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berperan penting karena konsumen cenderung dalam memilih atau memutuskan untuk menggunakan suatu produk tergantung kepada seberapa berperannya produk tersebut dalam mempermudah aktivitas transaksi konsumen.

Preferensi konsumen merupakan indikator yang mengalami peningkatan paling kecil diantara indikator lainnya. Dari hasil survey yang dilakukan, menggunakan e-money dapat menghemat waktu didapatkan jumlah suara lebih banyak. Dalam hal ini memang penggunaan e-money dalam tingkat pemanfaatan waktu membuat konsumen melakukan transaksi tidak terlalu lama. Melihat

hal ini, perbankan bisa berfokus pada aspek penghematan waktu yang didapatkan konsumen untuk lebih meningkatkan preferensi konsumen dalam indikator pemanfaatan waktu.

Dapat dikatakan perbankan dan perusahaan juga harus memperhatikan tingkat keamanan terhadap penggunaan jasa e-money ini. Karena kepercayaan masyarakat akan keamanan uangnya pada e-money akan mendominasi konsumen untuk loyal dalam menggunakan e-money untuk keperluan transaksi. Namun dalam beberapa hal, tingkat keamanan pada jasa e-money masih belum terealisasi dengan baik. Contohnya apabila konsumen kehilangan e-moneynya, maka konsumen juga akan kehilangan seluruh uang yang ada di e-money tersebut. Maka dari itu, perbankan hanya mematok maksimal saldo pada e-money sebesar 1 juta.

Dari hasil penelitian didapatkan nilai indikator kepercayaan merupakan yang paling tinggi diantara indikator lainnya. Kepercayaan konsumen dalam bertransaksi dengan menggunakan e-money dibandingkan dengan uang tunai adalah dengan total transaksi yang pasti. Berbeda dengan penggunaan uang tunai, bertransaksi dengan uang tunai kerap kali jumlahnya bisa lebih besar atau kurang dari hasil transaksi yang seharusnya dibayarkan. Hal ini membuat masyarakat lebih percaya bertransaksi menggunakan e-money dibandingkan dengan uang tunai.

Dalam aspek biaya dapat diartikan bahwa apabila biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk dapat menggunakan e-money tidak besar, maka preferensi konsumen dalam menggunakan e-money akan lebih maksimal. Biaya yang dimaksud adalah biaya awal penggunaan e-money, top up, dan biaya minimal saldo.

Dari hasil penelitian, dalam membangun preferensi konsumen dalam penggunaan e-money sebagai alat transaksi yang menjadi fokus utama bagi perbankan adalah dari segi kepercayaan. Apabila kepercayaan yang diberikan pihak bank dapat memberikan tingkat rasa percaya konsumen, maka konsumen akan menggunakan jasa e-money ini dengan loyal.

Dalam pengelolaan jasa e-money, perbankan dan perusahaan mengacu pada peningkatan perkembangan inovasi alat pembayaran pada e-money. Bagaimana perkembangan e-money menyeimbangkan kemajuan perekonomian yang ada di Indonesia untuk kedepannya. Seperti halnya ATM bersama, e-money pun diharapkan dibuat halnya seperti ATM bersama agar pengguna e-money dari berbagai Bank dapat bertransaksi dimana saja tanpa harus membedakan merchant.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada preferensi konsumen. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Kemudahan (X1), Pemanfaatan Waktu (X2), Tingkat Keamanan (X3), Kepercayaan (X4), dan Biaya (X5) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Preferensi Konsumen (Y).

Berdasarkan pada seluruh penghitungan, dapat disimpulkan:

1. Kemudahan dalam menggunakan e-money berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen. Hal ini dikatakan semakin mudah konsumen dalam penggunaan e-money, maka akan mempengaruhi peningkatan preferensi konsumen akan penggunaan e-money untuk transaksi.
2. Pemanfaatan waktu memiliki hubungan positif signifikan. Jika konsumen diyakini tidak terlalu menyita waktu yang banyak dalam menggunakan e-money, preferensi konsumen dalam penggunaan e-money untuk transaksi akan mengalami peningkatan.
3. Tingkat keamanan juga memiliki hubungan yg positif terhadap preferensi konsumen. Apabila pihak perbankan atau perusahaan terus meningkatkan keamanan pada e-money yang diterima oleh konsumen, maka preferensi konsumen akan meningkat.
4. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan. Dimana kepercayaan merupakan hal yang harus lebih diperhatikan oleh pihak perbankan dan perusahaan. Kepercayaan pada konsumen ini mengacu pada sikap konsumen terhadap penggunaan e-money sebagai teknologi yang baru. Jadi, apabila pihak perbankan dan perusahaan terus meningkatkan kualitas dari e-money, maka akan berpengaruh juga terhadap peningkatan preferensi konsumen.
5. Biaya berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen. Dimana tidak membutuhkan biaya sangat besar yang dikeluarkan konsumen untuk dapat menggunakan e-money. Maka preferensi konsumen akan mengalami peningkatan.

Dari keseluruhan hasil, tingkat kepercayaan menjadi faktor yang mendominasi dalam preferensi konsumen. Dapat dikatakan bahwa konsumen selalu mempercayakan penggunaan teknologi yang baru agar dapat digunakan seiring meningkatkan kemajuan dalam sistem perekonomian di Indonesia.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Dengan semakin meningkatnya pembayaran non-tunai seperti e-money ini, diharapkan pihak bank dan perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan kualitas jasa yang terdapat pada instrumen pembayaran ini. Diantara beberapa variabel yang dipaparkan, kepercayaan menjadi hal yang paling harus di fokuskan oleh pihak perbankan dan perusahaan. Dimana untuk kedepannya jasa e-money ini akan menjadi layanan yang dipercaya konsumen untuk dapat digunakan dengan baik dibandingkan dengan uang tunai. Karena diharapkan e-money tidak hanya dikatakan sebagai inovasi yang baru, tapi dapat menjawab segala kebutuhan konsumen dalam transaksi yang terjadi di masa mendatang.
2. Pada penelitian ini diharapkan bagi konsumen agar menilai lebih jauh bagaimana penggunaan E-money sebagai alat pembayaran apakah lebih efisiensi digunakan dibandingkan dengan penggunaan uang tunai.
3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi preferensi konsumen diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

### F. DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. *Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money*. Skripsi. Malang : Universitas Brawijaya
- Alfarisi, Ronaldi. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Mempertimbangkan Pembelian Mobil Merek Toyota (Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Merek Toyota Di Kota Malang)*. Skripsi. Malang : Universitas Brawijaya.
- Bank Indonesia. 2006. *Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Perekonomian Dan Kebijakan Moneter*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 29 Juni 2015.
- Bank Indonesia. 2006. *Operasional E-Money*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 29 Juni 2015.
- Bank Indonesia. 2007. *Paper Kajian Mengenai E-Money*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 29 Juni 2015.
- Bank Indonesia. 2006. *Persepsi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Dan Lembaga Penyedia Jasa Terhadap Pembayaran Non Tunai*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 29 Juni 2015.
- Bank Indonesia. 2006. *Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai melalui Pengembangan E-Money*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 29 Juni 2015.
- Bank Indonesia. 2012. *Laporan Sistem Pembayaran Dan Pengelolaan Uang 2012*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 29 Juni 2015.
- Bank Indonesia. 2013. *Statistik Sistem Pembayaran*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Di Akses pada Januari 2015.
- Bank Indonesia. 2013. *Instrumen Pembayaran Nontunai*. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses 6 Januari 2015.
- Colander, David. 2004. *Microeconomics*. New York : Mc Graw Hill/Irwin.
- Daily Social Id. 2013. *Survey: "Orang Indonesia Saat Ini Familiar Dengan E-Money Namun Masih Enggan Untuk Menggunakannya"*. [Dailysocial.co.id](http://Dailysocial.co.id). Diakses pada 7 November 2015.
- Darussalam. 2012. *Analisa Preferensi Konsumen Terhadap Keberadaan Sales Promotion Girl (SPG) Sebagai Strategi Pemasaran Dengan Metode Analisis Konjoin*. Skripsi. Depok : Universitas Indonesia.
- Dewani, Shinta Laura. 2015. *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Jasa Perbankan Branchless Banking Pada PT Bank CIMB Niaga, Tbk. Tahun 2015*. Skripsi. Malang : Universitas Brawijaya.

- Djamaris, Aurino RA. 2010. *Analisis Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Atribut Produk dalam Keputusan Pembelian Food Consumer Product*. Business & Management Review.
- Fozia. 2013. *A Comparative Study of Customer Perception Toward E-banking Service Provide By Selected Private & Public Sector Bank in India*. *International Journal of Scientific and Research Publications*. Vol. 3, Issue 9, September 2013 ISSN 2250-3153. www.openpdf.com. Diakses pada 19 Oktober 2015.
- Gujarati, Damodar N dan Peter, Dawn C. 2010. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Depok: Salemba Empat.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta : Erlangga.
- Gilianto, Febi. *Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Mahasiswa Dalam Memilih Kuliah Di Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jalur Seleksi Program Minat Dan Kemampuan/SPMK)*. Skripsi. Malang : Universitas Brawijaya.
- Hariyani, Ana Lusi. 2005. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Bebas Residu Pestisida (Studi Kasus Di PT. Hero Supermarket Surakarta)*. Skripsi. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Helmi, Rahman & Mubarak, Zaki. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Kalimantan Selatan Terhadap Penggunaan Pembayaran Non Tunai*. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Imran, Muhammad., Ghani, Usman & Rehman, Kashif Ur. *Consumer Perception of Store and Store Loyalty*. *Journal of Managerial Science*. Vol VII No. 1. www.openpdf.com.
- Inton, Tri. 2009. *Pengaruh Kepercayaan (Atribut-Objek, Manfaat-Atribut, Manfaat-Objek) Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Sepeda Motor Merek Yamaha*. Skripsi. Malang : Universitas Brawijaya.
- Joesron, Tati Suhartati & Fathorrazi, M. 2012. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Julianita, Winda & Sarjono, Haryadi. 2011. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kasmir. 2002. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Lains, Alfian. 2003. *Ekonometrika Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Pustaka LP3ES Indonesia.
- Metro Tv News. 2015. *Penggunaan Elektronik Masih Minim*. *Ekonomi.metrotvnews.com*. Diakses pada 7 November 2015.
- Miller, Roger LeRoy & Meiners, Roger E. 2000. *Teori Mikroekonomi Intermediate*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Mowen, John C & Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Munandar, Jono M., Udin, Faqih & Amelia, Meivita. 2013. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan Di Bogor*. *Jurnal Teknik Industri Pertanian*. Vol. 13(3), 97-107.
- Nuraini, Ida. 2001. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Malang: UMM Press.
- Paryono, Petrus. 1994. *Mengolah Data Statistik Dengan SPSS/PC+*. Yogyakarta : Andi
- Peter, J Paul & Olson, Jerry C. 2013. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. Jakarta : Salemba Empat.
- Peter, J Paul & Olson, Jerry C. 2000. *Consumer Behavior*. Jakarta : Erlangga.
- Purnama Cahaya Agung & Widiyanto, Ibnu. 2012. *Studi Tentang Minat Beli E-Toll Card di Kota Semarang*. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 1, No. 2 Tahun 2012, Halaman 300-310.
- Rahmadhania, Idfizati Merystiyayu. 2014. *Analisis Perilaku Preferensi Nasabah Dalam Melakukan Setoran Tunai (Studi Layanan Teller dan Cash Deposit Machine PT. Bank Swasta XXX Malang)*. Malang : Universitas Brawijaya.
- Rahardja, Pratama & Manurung, Mandala. 2010. *Teori Ekonomi Mikro ; Suatu Pengantar*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Reksoprayitno, Soediyono. 2011. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Salam, A.F., Rao, H.R & Pegels C.C. 2003. *Consumer-Perceived Risk in E-Commerce Transactions*. *Communication Of The ACM*. Desember 2003/Vol. 46, No 12.
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

- Samadi, Mansour dan Nejadi, Ali Yaghoob. 2009. *A Survey of the Effect of Consumers' Perceived Risk on Purchase Intention in E-Shopping*. *Business Intelligence Journal*. August, 2009 Vol. 2 No. 2. [www.openpdf.com](http://www.openpdf.com). Diakses pada 19 Oktober 2015.
- Sarnowo, Henry dan Sunyoto, Danang. 2013. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Somantri, Gumilar Rusliwa. 2005. *Memahami Metode Kualitatif*. *Makara, Sosial Humaniora*. Vol. 9, No. 2, Desember 2005: 57-65.
- Sudarman, Ari. 1997. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tung, Wei Chia. 2003. *A Customer Perception and Satisfaction Survey For A Chinese Buffet*. *A Research Paper*. [www.openpdf.com](http://www.openpdf.com). Diakses pada 19 Oktober 2015.
- Utami, Kartika Dwi. 2009. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Jasa Asuransi (Studi Pada Nasabah Asuransi Jiwa Bringin Life Cabang Malang)*. Skripsi. Malang : Universitas Brawijaya.
- Viva News. 2014. BI: Transaksi e-Money Rp8,7 Miliar Per Hari. [www.teknologi.news.viva.co.id](http://www.teknologi.news.viva.co.id). Diakses 6 Januari 2015.
- Wijaya, Marissa Arum. *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi Di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo*. Skripsi. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Wikipedia. 2009. Uang Elektronik. [https://id.wikipedia.org/wiki/Uang\\_elektronik](https://id.wikipedia.org/wiki/Uang_elektronik). Di Akses pada Oktober 2014.
- Zeithaml, Valarie A. 1988. *Consumer Perceptions of Price, Quality, And Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence*. *Journal of Marketing*. Vol. 52, July 1988, 2-22. [www.openpdf.com](http://www.openpdf.com). Diakses pada tanggal 19 Oktober 2015.