

# The Effectiveness Of Financial Transactions And Ease on The Level Of Consumptive Shopping With The Use Of E-Money As An Intervening Variable.

## [Efektivitas Transaksi Keuangan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja Dengan Penggunaa E-Money Sebagai Variabel Intervening]

Mey Lindah Aisyah Putri <sup>1)</sup>, Fityan Izza Noor Abidin <sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

<sup>2)</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

\*Email Penulis Korespondensi<sup>2)</sup>: fityan\_umsida@yahoo.ac.id



**Abstract.** *This use of E-Money aims to make it easier for humans to carry out all forms of financial transactions. With the convenience of non-cash transactions that are more effective in terms of time and distance, all daily activities are also easier as well as in conducting financial transactions. This study aims to determine the effect of the effectiveness of financial transactions and the use of E-Money on the level of consumptive spending by using E-Money as an intervening variable. The research method is a quantitative method, the research population is all students of the Muhammadiyah Sidoarjo University Accounting Study Program class of 2019, totaling 254 people, a sample of 155, the sampling technique uses simple random sampling, the data collection technique uses a questionnaire, the research variable is the Level of Consumptive Spending (Y), Effectiveness of Financial transactions (X1), Ease of Use (X2) and Use of E-Money (Z). Data analysis technique using partial least square (PLS). The result of the study show the conclusion that the effectiveness of financial transactions and the ease of use of E-Money the effectiveness of financial transactions and the ease of use of E-Money have no effect on the Level of Consumptive Spending, the Use of E-Money has an effect on the Level of Consumptive Spending, the Effectiveness of financial transactions and the ease of using E-Money has an effect on the level of consumptive spending through E-Money as an intervening variable*

**Keywords** – *Level of Consumptive Spending, Effectiveness of Financial Transaction, Ease of Use, Use of E-Money.*

**Abstrak.** Penelitian Penggunaan E-Money bertujuan untuk mempermudah manusia dalam melaksanakan semua bentuk transaksi keuangan. Dengan adanya kemudahan bertransaksi secara non tunai yang lebih efektif dalam segi waktu dan jarak, maka seluruh aktivitas sehari-hari juga semakin mudah begitu juga dalam melakukan transaksi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas transaksi keuangan dan kemudahan penggunaan E-money terhadap tingkat konsumtif belanja dengan penggunaan E-money sebagai variabel intervening. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif, populasi penelitian yaitu seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Prodi akuntansi angkatan tahun 2019 yang berjumlah 254 orang, sampel sebanyak 155, teknik sampling menggunakan simple random sampling, teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, variabel penelitian yaitu Tingkat Konsumtif Belanja (Y), Efektivitas transaksi Keuangan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2) dan Penggunaan E-Money (Z). teknik analisa data menggunakan partial least square (PLS). hasil penelitian menunjukkan kesimpulan bahwa efektivitas transaksi keuangan dan kemudahan penggunaan E-Money berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money, efektivitas transaksi keuangan dan kemudahan penggunaan E-Money tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja, Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja, Efektivitas transaksi keuangan dan kemudaah penggunaan E-Money berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening

**Kata Kunci** – *Tingkat Konsumtif Belanja, Efektivitas Transaksi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Pengguna E-Money.*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat dan perubahan gaya hidup saat ini semakin konsumtif terutama di kota-kota berkembang seperti Sidoarjo ini, telah terjadi perubahan perilaku dalam berbelanja. Pada awalnya masyarakat sudah terbiasa berbelanja di pasar-pasar tradisional, namun sekarang cenderung mulai beralih ke pusat-pusat perbelanjaan yang modern yang kini lebih mudah dijangkau dan mudah untuk diakses baik proses transaksi. Hal tersebut dikarenakan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju mengarah ke berbagai aspek seperti halnya sekolah online, ojek online hingga belanja online yang sebelumnya berlaku secara sederhana mulai beralih menuju arah digitalisasi. Dampak yang berasa adalah pengguna social media dan juga e-commerce yang berkembang pesat., Banyak juga dari aplikasi online yang menawarkan keunggulan masing-masing untuk membuat intensitas dalam berbelanja online yang dapat mempengaruhi tingkat konsumtif belanja.

Konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola kehidupan individu atau masyarakat yang memiliki keinginan untuk membeli atau juga menggunakan barang atau jasa yang tidak perlu atau tidak dibutuhkan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya antara lain status social, status social seseorang dikenal sebagai identitas diri, status social juga sering diistilahkan sebagai kelas social. . Keadaan status pekerjaan, pendapatan, dan status sosial ekonomi seseorang dikatakan sebagai apa yang membagi orang ke dalam kelas sosial. Pada masyarakat saat ini, gaya hidup yang memandang harta benda sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri merupakan salah satu gaya hidup konsumen. Gaya hidup juga memiliki peran dalam meningkatkan perilaku konsumtif seseorang .

Penelitian yang dilakukan [1] menjelaskan bahwa pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan risiko pada minat penggunaan E-Money di Surabaya belum sepenuhnya signifikan pengaruhnya. Karena pemahaman masyarakat mengenai kemudahan penggunaan, manfaat yang diperoleh dan risiko yang terjadi belum sejauh itu. Oleh sebab itu, diharapkan untuk penerbit E-Money terus melakukan inovasi terhadap produk dan pemahaman tentang E-Money perlu ditingkatkan . Dan dalam penelitian itu hanya menggunakan 3 variabel saja, tentu masih banyak variable lain yang mempengaruhi minat E-Money seperti efektivitas transaksi keuangan, keamanan dan kecukupan informasi [1]

Sedangkan pada penelitian [2] menjelaskan bahwa pengaruh penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri menyebutkan bahwa penggunaan E-Money berpengaruh secara langsung terhadap perilaku konsumtif supaya mahasiswa mahasiswa dapat mengimbangi penggunaan E-Money sesuai dengan kebutuhan. perilaku konsumtif yang tinggi , maka kontrol diri yang dimiliki juga semakin tinggi. Oleh sebab itu, untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung perlu adanya variable mediasi. [2]

Penelitian [3] menyebutkan bahwa pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan E-Money di Kota Palembang berpengaruh yang positif, yang artinya tingkat kepuasan meningkat jika dipengaruhi 3 variabel tersebut mengalami peningkatan . Oleh sebab itu, untuk penyedia jasa E-money harus mampu mempertahankan kualitas layanan dalam penggunaan E-Money seperti halnya pada fitur kemudahan penggunaan. [3]

Penelitian [4] yang berjudul factor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan E-Money dengan Behavioural intention to use sebagai variabel intervening menyebutkan bahwa yang berpengaruh terhadap penggunaan E-Money hanya variabel usefulness dan performance expectancy. Untuk variabel ease of use dan social influence tidak berpengaruh terhadap penggunaan e-money tetapi berpengaruh terhadap behavioural intention to use. Oleh sebab itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memaparkan variabel yang lain serta responden yang lebih banyak yang dapat berpengaruh terhadap penggunaan e-money.

Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa dan lama kelamaan kan menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup, hal tersebut perlu ditekankan karena orang tidak mrasa ingin menghabiskan uang ketika mereka melakukan belanja online. Itu yang harus dihindarkan. penggunaan media internet yang berkembang yang menawarkan perspektif pembayaran nontunai yang lebih praktis contohnya seperti E-Money. Istilah E-Money biasa disebut sebagai uang digital. E-money di definsikan sebagai pembayaran nontunai dimana nilai uang disimpan secara elektronik di server ataupun kartu. Popularitasnya meningkat seiring dengan penggunaan E-Money untuk transaksi online dan juga offline. jadi, e-money telah diperkenalkan ke fasilitas umum seperti parkir, go food, dan go send. E-money memiliki beberapa keunggulan dibandingkan uang fisik. Pertama, dapat melakukan berbagai transaksi tanpa membawa banyak uang tunai. Kedua , dapat mempercepat transaksi dengan mengurangi nilai e-money secara proporsional dengan nilai transaksi tanpa perlu menghitung tagihan. Namun, resiko kehilangan uang secara keseluruhan jika pengguna kehilangan kartu atau perangkat tabungan uang elektroniknya.

E-Money sendiri bertujuan untuk mempermudah manusia dalam melaksanakan semua bentuk transaksi keuangan. Karena kemudahan transaksi yang cepat tanpa perlu adanya pengembalian seperti halnya uang tunai karena dapat dilakukan dimana saja . Dengan adanya kemudahan bertransaksi secara non tunai yang lebih efektif dalam segi waktu dan jarak, maka seluruh aktivitas sehari-hari juga semakin mudah begitu juga dalam melakukan transaksi keuangan. Kenyamanan dalam bertransaksi keuangan merupakan peningkatan kinerja yang dipengaruhi oleh

kemudahan penggunaan dalam penggunaan E-money yang dapat berpengaruh juga terhadap ketertarikan dalam penggunaan E-Money. Karena pada dasarnya kemudahan penggunaan E-money dapat menguntungkan pihak produsen, karena semakin banyak pengguna yang mengaplikasikan E-Money maka semakin banyak pula penawaran berbagai macam keunggulan yang ditawarkan dari penyedia jasa E-Money. Karena penyedia jasa menganggap bahwa semakin banyak kemudahan penggunaan E-money tersebut rating dalam penggunaan E-Money itu akan semakin tinggi yang mengakibatkan kegiatan dalam bertransaksi lebih efektifitas karena sesuai dengan tujuan yang akan dicapai.

Meskipun E-Money terbilang efektif dikalangan mahasiswa tetapi juga masih ada masyarakat yang menggunakan uang tunai karena belum menggunakan layanan E-Money. Karena beranggapan bahwasannya penggunaan E-Money perlu menggunakan kartu tetapi pada nyatanya E-Money ini berbeda. Dengan memilih uang tunai sebagai keputusan transaksi menurut masyarakat dapat mengurangi resiko. Oleh sebab itu, perlu evaluasi ulang penyedia jasa supaya dapat menarik masyarakat dalam menggunakan E-Money mulai dari kemudahan penggunaan sampai dengan pembayaran.

Dari latar belakang diatas keefektifan dalam penggunaan keuangan elektronik sangat terlihat dimasyarakat, maka dari itu peneliti mengambil judul **“Efektivitas Transaksi Keuangan Dan Penggunaan Kemudahan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja Dengan Penggunaan E-Money Sebagai Variabel Intervening”**. Penelitian ini dianggap penting karena dalam penggunaan E-Money khususnya pada tingkat konsumtif belanja pada mahasiswa yang semakin konsumtifisme.

### **Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang yang ada maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh efektivitas transaksi keuangan terhadap penggunaan E-Money?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penggunaan E-Money?
3. Bagaimana pengaruh efektivitas transaksi keuangan terhadap tingkat konsumtif belanja?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap tingkat konsumtif belanja?
5. Bagaimana pengaruh penggunaan E-Money terhadap tingkat konsumtif belanja?
6. Bagaimana pengaruh efektivitas transaksi keuangan terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening ?
7. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap tingkat konsumtif belanja melalui penggunaan E-Money sebagai variabel intervening?

### **Tujuan penelitian**

Berdasarkan apa yang sudah dipaparkan pada rumusan masalah yang sudah saya sampaikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menjelaskan pengaruh efektivitas transaksi keuangan terhadap penggunaan E-Money
2. Menjelaskan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penggunaan E-Money
3. Menjelaskan pengaruh efektivitas transaksi keuangan terhadap tingkat konsumtif belanja
4. Menjelaskan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap tingkat konsumtif belanja
5. Menjelaskan pengaruh penggunaan E-Money terhadap tingkat konsumtif belanja
6. Menjelaskan pengaruh efektivitas transaksi keuangan terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening
7. Menjelaskan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening

### **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **Pengaruh Efektivitas transaksi keuangan terhadap penggunaan E-Money**

E-Money adalah salah satu pilihan pembayaran online yang tersedia bagi pelajar saat melakukan pembelian, penjualan, atau transaksi keuangan lainnya. E-Money kini tersedia untuk hampir semua transaksi jual beli barang dan jasa untuk memudahkan kenyamanan nasabah [25]. Menurut penelitian [28], pengaruh persepsi manfaat, kenyamanan yang dirasakan, dan fitur layanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan E-Money di Kota Palembang adalah positif, menunjukkan bahwa kepuasan meningkat ketika ketiga faktor tersebut diperhitungkan. Diharapkan dengan adanya penelitian yang konsisten juga akan dapat memberikan hasil yang konsisten.

#### **H1: Efektivitas Transaksi Keuangan Berpengaruh Terhadap Penggunaan E-Money Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan E-Money**

Kemudahan penggunaan adalah suatu ukuran tertentu dimana yakin dengan memanfaatkan teknologi serta minimnya tenaga yang digunakan dan tidak mempersulit penggunaannya dalam pemakaiannya. Maka persepsi atas kemudahan adalah rasa yakin terhadap langkah-langkah pemilihan keputusan. Individu yang meyakini bahwa sistem informasi

tidak memberikan kesulitan, maka individu tersebut akan menggunakannya. Di sini pembayaran menggunakan uang elektronik sangat berhubungan erat dengan tingkat efektivitas dan efisiensi sistem pembayaran [25]. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan [24] yang menjelaskan bahwa pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan risiko pada minat penggunaan E-Money di Surabaya belum sepenuhnya signifikan pengaruhnya. Oleh karena itu diharapkan pada masyarakat untuk melakukan inovasi terhadap E-Money juga perlu ditingkatkan .

## **H2 : Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Penggunaan E-Money**

### ***Pengaruh Efektivitas Transaksi Keuangan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja***

Konsumerisme dapat didefinisikan sebagai pola kehidupan pribadi atau sosial yang memiliki keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang tidak diperlukan atau diinginkan. Transaksi keuangan meningkat di Indonesia sebagai akibat dari peningkatan e-money. Mata uang elektronik berpotensi membuat transaksi ini lebih nyaman mengingat menjamurnya media elektronik[22].

## **H3 : Efektivitas Transaksi Keuangan Berpengaruh Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja**

### ***Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja***

Kemudahan dalam langkah-langkah yang terlibat dalam pengambilan keputusan disebut kenyamanan. Orang akan memanfaatkan sistem informasi jika mereka berpendapat bahwa mereka tidak menimbulkan masalah. Masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi juga seharusnya tidak kesulitan melakukan transaksi keuangan. Peningkatan pembelanjaan sikap konsumen akibat kemudahan tersebut [23] Transaksi keuangan dipengaruhi oleh ketersediaan E-Money, metode pembayaran nontunai yang dikemas dengan kartu chip dan dapat dipantau di mana saja, serta mobile banking . Sikap individu dipengaruhi dalam dua cara oleh kemudahan penggunaan: instrumentalitas dan self-efficacy. Kemungkinan bahwa inovasi akan meningkatkan kelangsungan hidup pelanggan meningkat dengan kesederhanaan penerapannya. Diyakini bahwa peningkatan kinerja dipengaruhi oleh kenyamanan. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan suatu sistem, teknologi, atau sistem juga dapat berdampak pada minat pengguna.

## **H4: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja**

### ***Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja***

Uang tanpa uang tunai, atau uang elektronik, pada dasarnya adalah uang tunai tanpa mata uang fisik. Nilai uang elektronik berasal dari uang yang disetorkan terlebih dahulu kepada penerbit kemudian disimpan secara elektronik pada server (harddisk) atau kartu chip yang merupakan alat pembayaran nontunai. Untuk bisnis yang tidak menerbitkan mata uang elektronik yang relevan. Pendekatan baru untuk memenuhi persyaratan pembayaran mikro (ritel), seperti melakukan pembayaran dalam jumlah kecil, adalah uang elektronik, atau uang elektronik. Menghubungkan kartu ke perangkat sensor yang telah disediakan penerbit kepada pedagang adalah semua yang diperlukan saat menggunakan uang. Setelah itu, karena saldo kartu berkurang, pembayaran berhasil. Pengeluaran konsumtif otomatis akan meningkat karena semakin banyak orang menggunakan E-money. Menurut penelitian [32], konsumsi siswa sendiri dapat meningkat akibat penggunaan E-Money. Karena kemungkinan penggunaan e-money juga akan meningkatkan pengeluaran siswa

## **H5 : Penggunaan E-Money Berpengaruh Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja**

### ***Pengaruh Efektivitas Transaksi Keuangan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja Melalui E-Money Sebagai Variabel Intervening***

E-Money sendiri bertujuan untuk mempermudah segala bentuk transaksi keuangan bagi manusia. Karena kemudahan transaksi yang cepat dan dapat diakses di mana saja yang tidak memerlukan uang tunai untuk dikembalikan. Segala aktivitas sehari-hari maupun transaksi finansial dipermudah dengan kemudahan transaksi nontunai yang lebih efektif dari segi jarak dan waktu. Peningkatan kinerja dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan E-money yang juga dapat mempengaruhi minat penggunaan E-money. Kenyamanan dalam transaksi keuangan juga merupakan peningkatan kinerja. Menurut penelitian yang dilakukan oleh [23], terdapat beberapa keuntungan yang membuat individu memilih cicilan yang fleksibel. Keuntungan pertama adalah sebagian besar layanan menawarkan diskon atau promosi yang memungkinkan Anda menghemat uang. Responden studi ini percaya bahwa mereka dapat menghemat uang meskipun banyak keterbatasan. Kemudahan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari dan pertukaran rutin adalah keunggulan lainnya.

## **H6 : Efektivitas Transaksi Keuangan Berpengaruh Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja Melalui E-Money Sebagai Variabel Intervening**

### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja Melalui E-Money Sebagai Variabel Intervening**

Efektivitas transaksi keuangan adalah sebagai alat pengukur tingkat pencapaian ataupun tingkat keberhasilan dari transaksi keuangan sehingga pengguna E-Money dapat menggunakan transaksi keuangan tersebut untuk mengambil keputusan atau menetapkan kebijakan, dan personel atau SDM yang tepat dapat menerapkan proses tersebut dengan cepat dan mudah. Pengguna transaksi keuangan mengevaluasi ukuran efektivitas berdasarkan uraian sebelumnya. Transaksi keuangan telah memberikan informasi yang relevan bagi mereka yang menggunakannya. Pada Penelitian [25], terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik (e-cash) dengan pemanfaatan materi Financial Improvement pada mahasiswa angkatan 2014 Universitas Negeri Malang. Apabila dimungkinkan untuk memperoleh informasi keuangan dari suatu transaksi keuangan yang telah diterapkan, maka transaksi keuangan tersebut dianggap efektif. Ini karena uang elektronik (juga disebut e-cash) cepat dan mudah digunakan, sehingga siswa semakin banyak menggunakannya. Dengan menggunakan lebih banyak uang elektronik (e-money), siswa semakin banyak membelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari. Selain itu, [33] menemukan bahwa preferensi konsumen berkorelasi tidak hanya dengan pendapatan dan demografi tetapi juga dengan nilai dan jenis transaksi.

## **H7 : Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja Melalui E-Money Sebagai Variabel Intervening**

### **Hipotesis penelitian**

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

H1 : Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap penggunaan E-Money H2 : Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan E-Money

H3 : Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja H4 : Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja

H5 : Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja

H6 : Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening

H7 : Kemudahan penggunaan terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening.

## **II. METODE**

### **Populasi**

Populasi adalah gabungan seluruh elemen, yang memiliki serangkaian karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Prodi akuntansi angkatan tahun 2019 yang berjumlah 254 orang (Direktorat Akademik Umsida, 2023)

### **Sampel**

Sampel dapat diartikan merupakan Sampel merupakan sebuah bagian dari populasi yang dipilih saat akan melakukan penelitian [12] Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa umsida yang mempunyai E-Money

### **Teknik pengambilan sampel**

Cara yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel penelitian adalah dengan menggunakan teknik Probability Sampling. Probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel secara random atau acak, tidak bergantung terhadap apapun [13]. Probability sampling memiliki beberapa teknik di dalamnya untuk menentukan berapa sampel yang akan digunakan, peneliti akan menggunakan metode Simple Random Sampling. Metode ini mirip seperti pengundian nomor lotre karena setiap elemen sampling memiliki peluang yang sama untuk dipilih [13]. Berikut cara yang digunakan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + Ne}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = ukuran sampel

e = taraf kesalahan

Taraf kesalahan diasumsikan 5% karena pengambilan sampel yang dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Maka jumlah sampel sesuai dengan rumus Slovin diatas yaitu :

$$n = \frac{254}{1 + 254 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{254}{1,635}$$

$$n = 155,35$$

Berdasarkan hasil diatas, maka jumlah respondem diambil pembulatan menjadi 155 responden.

### Variabel operasional

(Tabel 1 indikator variabel)

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Tingkat Belaja Konsumtif	1. Pemenuhan kebutuhan	Padli (2018) Intanny (2022)
		2. Periklanan	
		3. Penrsepsi belaja online	
		4. <b>Lingkup pertemanan</b>	
2	Efektivitas Transaksi Keuangan	1. Praktis	Vastukara (2022)
		2. Pencapaian tujuan	
		3. Tepat sasaran	
		4. Kenyamanan	
3	Kemudahan Penggunaan	1. Mudah digunakan	Nadia (2021)
		2. Mudah dimengerti	
		3. Fleksibel	
		4. Tidak rumit	
		5. Mudah bertransaksi	
4	Penggunaa E-Money	1. Hemat waktu	Okta (2021)
		2. Safey	
		3. Dijamin	
		4. <b>Minat</b>	
		5. <b>Berkecukupan</b>	

### Teknik pengambilan data

Teknik pengumpulan data merupakan Teknik yang paling diperhatikan dalam sebuah penelitian, karena tujuan dari setiap penelitian adalah memperoleh data akurat sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan[2]. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik kuisisioner. Kuisisioner merupakan sebuah pernyataan tertulis yang ditujukan kepada responden baik pernyataan/pertanyaan tertutup maupun terbuka[14]. Kuisisioner dilakukan untuk mendapatkan data primer. Peneliti kana menyebarkan kuisisioner kepada 155 responden. Dalam penelitian ini, menggunakan kuisisioner berbasis skala likert untuk menunjukkan berapa tingkat tiap indikator. Skala likert akan digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang akan diteliti melalui tanggapan responden yang berupa sikap dan pendapat.[15]

Tabel 2. Ilustrasi Skala Likert

TANGGAPAN	SKALA
SANGAT TIDAK SETUJU (STS)	1
TIDAK SETUJU (TS)	2
NETRAL (N)	3
SETUJU (S)	4
SANGAT SETUJU (SS)	5

### Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer. Sumber data sendiri merupakan awal muladari sebuah data tersebut terkumpul. Apabila melakukan penyebaran kuisisioner ataupun tanya jawab dengan respondensecaralangsung maka data tersebut tergolong dalam data primer [1] . Apabila data itu didapat dari mengamati sebuah peristiwa atau benda maka akan disebut dengan teknik observasi.[16] Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, melalui jawaban atas pertanyaan/pernyataan peneliti yang terdapat dalam kuisisioner untuk memperoleh data yang valid yang kemudian bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.[15]

### Analisis data

Teknik pengujian yang dipilih pada penelitian ini menggunakan partial least square (PLS). PLS adalah model persamaan struktural (SEM) berdasarkan model atau varian persamaan struktural berbasis komponen[17]. Menurut [2] menyatakan bahwa tujuan PLS-SEM adalah untuk “membangun teori” atau “mengembangkan teori” (predictive orientation). digunakan untuk menjelaskan apakah variabel laten (prediksi) memiliki hubungan satu sama lain. Menurut

[3] PLS merupakan teknik analisis yang powerful karena tidak mengasumsikan aliran data dengan skala pengukuran tertentu atau ukuran sampel yang kecil. SmartPLS dapat digunakan dalam penelitian dengan ukuran sampel yang kecil karena tidak memerlukan jumlah sampel yang minimal karena bersifat bootstraps.

Model pengukuran, juga dikenal sebagai model luar, dan model struktural, juga dikenal sebagai model dalam, adalah dua sub-model yang menyusun analisis PLS-SEM.

#### 1. Uji Statistik Deskriptif

Menurut [1] statistik deskriptif adalah yang menggunakan data sampel atau populasi apa adanya untuk menggambarkan atau memberikan gambaran tentang subjek penelitian tanpa melakukan analisis atau menarik kesimpulan umum.

#### 2. Uji Model pengukuran atau Outer Model

Model pengukuran, juga dikenal sebagai model luar, menunjukkan bagaimana setiap blok merupakan indikator variabel laten. Metode MTMM (MultiTrait-MultiMethod) digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran menggunakan analisis faktor konfirmatori dengan pengujian konvergen dan diskriminan validitas. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability adalah dua metode yang digunakan untuk uji reliabilitas [18]

##### a. Convergent Validity

Convergent Validity merupakan korelasi antara skor item/indikator dan skor konstruk menunjukkan reflektivitas, yang merupakan bukti konvergensi model pengukuran dengan indikator. Jika suatu korelasi antara ukuran reflektif individu dan konstruk yang diukur lebih besar dari 0,70, maka dianggap tinggi. Namun menurut [19] pembebanan 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima dalam penelitian tahap pengembangan skala.

##### b. Discriminant Validity

Validitas Diskriminan Cross loading antara indikator dan konstruk mengungkapkan indikator validitas diskriminan. Ketika korelasi konstruk dengan suatu indikator lebih besar daripada korelasi antara satu indikator dengan konstruk lainnya, hal ini menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu memprediksi indikator pada bloknya dengan lebih akurat dibandingkan dengan indikator pada blok lainnya. Membandingkan akar kuadrat dari rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk dan model lainnya adalah metode lain untuk mengevaluasi validitas diskriminan Menurut [20] model dikatakan validitas diskriminan yang memadai jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasiantar konstruk.

Metode lain untuk menentukan validitas konstruk dengan melihat nilai AVE-nya Jika AVE masing-masing konstruk lebih besar atau sama dengan 0,50, maka model dianggap menguntungkan.

##### c. Reliability

Pengukuran Reliabilitas Model juga digunakan untuk menguji reliabilitas konstruk selain uji validitas. Untuk menunjukkan ketepatan, konsistensi, dan ketelitian instrumen dalam mengukur konstruk, maka dilakukan uji reliabilitas. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan menggunakan indikator reflektivitas dalam PLS-SEM menggunakan program SmartPLS. Jika nilai composite reliability dan cronbach alpha lebih besar dari 0,70 maka konstruk dianggap reliabel. [1]

#### 3. Uji Model Struktural atau Inner Model

Model Struktural atau juga inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan perkiraan antara variabel laten.

##### a. R-Square

Kekuatan prediksi model struktural pertama-tama harus dievaluasi dengan melihat R-Square untuk setiap variabel laten endogen. Tes model kecocokan yang dikenal sebagai nilai R-square digunakan untuk menguji model struktural. Untuk mengetahui apakah variabel laten eksogen tertentu berpengaruh signifikan terhadap variabel laten endogen dapat digunakan perubahan nilai R-Square. nilai R-Square 0,75, 0,50, dan 0,25 menunjukkan model kuat, sedang, atau lemah [21].

##### b. F-Square

Uji f-square digunakan untuk menilai kebaikan model. Menurut [4] skor 0,02, 0,15, dan 0,35 menunjukkan bahwa prediktor variabel laten struktural lemah, sedang, atau besar. Estimasi Koefisien Jalur

Metode bootstrapping digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel dengan menggunakan nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi statistik T [5]

#### 4. Uji Pengaruh Tidak Langsung

Tujuan dari uji tidak langsung ini adalah untuk mengetahui signifikansi berpengaruh langsung tidak terhadap variabel. Dalam penggunaan smartPLS, metode bootstrap digunakan untuk pengujian ini. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah penggunaan E-Money. Jika nilai T statistik lebih besar atau sama dengan T tabel dan nilai P lebih kecil dari taraf signifikan yang dipakai (5%), maka variabel intervening dikatakan mampu memediasi pengaruh variabel eksogen (independen) pada variabel endogen (tergantung) [22].

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Deskripsi data penelitian Statistik Deskriptif

Berdasarkan kriteria sampel penelitian ada sebanyak 155 kuesioner yang dibagikan kepada responden. Yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Prodi akuntansi angkatan tahun 2019. Hasil uji karakteristik responden atau mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Prodi akuntansi angkatan tahun 2019 ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 3. Karakteristik Responden**

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	47	30,3
Perempuan	108	69,7
<b>Lama menggunakan</b>		
1 tahun	51	32,9
2-4 tahun	86	55,5
5 tahun	14	9,0
> 5 tahun	4	2,6
Jumlah	155	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4, terdapat 108 auditor wanita yang di presentase sebesar 69,7% di Prodi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo angkatan 2019 lebih dari separuh total responden atau mahasiswa. Kemudian 55,5% responden atau mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo angkatan 2019 menggunakan e-money selama 2-4 tahun, dengan 86 orang yang menggunakannya.

#### [1] Uji Model pengukuran atau Outer Model

Mengikuti tingkat dimensi dari indikator pembentuk variabel laten yang diuji dengan Confirmatory Factor Analysis, analisis selanjutnya adalah analisis SEM full model.

##### A. Convergent Validity

Convergent Validity merupakan korelasi antara skor item/indikator dan skor konstruk menunjukkan reflektivitas, yang merupakan bukti konvergensi model pengukuran dengan indikator. Jika suatu korelasi antara ukuran reflektif individu dan konstruk yang diukur lebih besar dari 0,70, maka dianggap tinggi. Berikut merupakan nilai outer loading dari tiap indikator pada variabel penelitian saya:

**Tabel 5. Hasil Nilai Loading Factor**

	Efektivitas transaksi Keuangan	Kemudahan Penggunaan	Penggunaan E-Money	Tingkat Konsumtif Belanja
X1.1	0.786			
X1.2	0.812			
X1.3	0.874			
X1.4	0.832			
X2.1		0.839		
X2.2		0.772		
X2.3		0.894		
X2.4		0.802		
X2.5		0.863		
Y.1				0.866
Y.2				0.880
Y.3				0.899
Y.4				0.898
Z.1			0.802	
Z.2			0.814	



Z.3		0.908	
Z.4		0.877	
Z.5		0.902	

Berdasarkan gambar uji model dan tabel diatas daopat dilihat bahwasannya nilai outer loading semua indikator variabel X1,X2,Y dan Z merupakan lebih besar dari 0,7 sehingga diatakan valid. Jika apabila terdapat indikator yang nilaidari hasil temuan lebih kecil dari 0,7 maka harus dihapus dan tidak dapat dipakai dalam uji selanjutnya.

#### B. Discriminant Validity

Validitas Diskriminan Cross loading antara indikator dan konstruk mengungkapkan indikator validitasdiskriminan. Ketika korelasi konstruk dengan suatu indikator lebih besar daripada korelasi antara satu indikator dengan konstruk lainnya, hal ini menunjukkan bahwa konstruk tersebut mampu memprediksi indikator pada bloknya dengan lebih akurat dibandingkan dengan indikator pada blok lainnya.Membandingkan akar kuadrat dari rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk dan model lainnya adalah metode lain untukmengevaluasi validitas diskriminan.

**Tabel 6. Hasil Composite Reliability**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composi te Reliabilit y	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.845	0.854	0.896	0.683
X2	0.891	0.898	0.920	0.697
Y	0.909	0.90	0.936	0.785
Z	0.912	0.914	0.935	0.742

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* dan *rho\_A* semua variabel penelitian  $> 0,7$ . nilai AVE variabel Efektivitas transaksi Keuangan, KemudahanPenggunaan, Penggunaan E-Money, Tingkat Konsumtif Belanja  $p > 0,5$ . Dari hasil penelitian menunjukkanbahwa tiap variabel telah memenuhi composite reliability sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. **Tabel 7. Nilai Cross Loading**

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.786	0.646	0.577	0.586
X1.2	0.812	0.601	0.627	0.610
X1.3	0.874	0.717	0.698	0.725
X1.4	0.832	0.649	0.566	0.538
X2.1	0.595	0.839	0.538	0.599
X2.2	0.648	0.772	0.618	0.598
X2.3	0.736	0.894	0.699	0.725
X2.4	0.719	0.802	0.583	0.554
X2.5	0.608	0.863	0.699	0.680
Y.1	0.726	0.677	0.866	0.753
Y.2	0.684	0.726	0.880	0.745
Y.3	0.653	0.635	0.899	0.813
Y.4	0.598	0.644	0.898	0.774
Z.1	0.705	0.685	0.665	0.802
Z.2	0.635	0.603	0.731	0.814
Z.3	0.635	0.650	0.759	0.908
Z.4	0.654	0.657	0.800	0.877
Z.5	0.606	0.682	0.790	0.902

Berdasarkan tabel 7, bahwa setiap penanda komponen lebih tinggi bila dibandingkan dengan teknik yang berbeda. Dapatditarik kesimpulan bahwa indikator yang dianalisis dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan berdasarkan temuan tersebut. Perbandingan AVE (akar kuadrat dari ekstrak varians rata-rata) dengan setiap hasil untuk hubungan antara hasil berbasis model dan hasil lainnya adalah langkah selanjutnya untuk mencapai validitas diskriminan.. Jika akar AVE setiap ksntruk dalam suatu model lebih besar dari akar AVE, makamodel tersebut dikatakan memenuhi syarat validitas diskriminan.

#### [2] **Tabel 8. Nilai Akar AVE Kritis Fornell-Larcker**

Copyright © Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.

	X1	X2	Y	Z
X1	0.826			
X2	0.792	0.835		
Y	0.750	0.761	0.886	
Z	0.751	0.757	0.871	0.862

Tabel 8 menjelaskan bahwa Nilai akar AVE setiap variabel lebih besar dibandingkan dengan akar AVE korelasinya dengan variabel yang lain. Dengan demikian hasil temuan menunjukkan bahwa validitas diskriminan setiap variabel terpenuhi.

### Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Setelah pengujian outer model yang telah memenuhi syarat, berikutnya dilakukan pengujian inner model (model structural). R-Square (indikator realibilitas) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian regresi berganda dapat digunakan untuk mengevaluasi inner model. Semakin tinggi nilai r-square berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Dalam pengujian hipotesis, tingkat signifikansi ditunjukkan oleh nilai regresi linear berganda.

### Analisis Variant ( $R^2$ ) atau Uji Determinasi

Analisis Variant ( $R^2$ ) atau Uji Determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut, nilai dari koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada Tabel 10:

**Tabel 9. Nilai R-square**

	R Square	R Square Adjusted
Z	0.638	0.633
Y	0.787	0.783

Berdasarkan nilai r-square pada tabel menunjukkan bahwa variabel Efektivitas transaksi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan dalam menjelaskan variabel Penggunaan E-Money sebesar 63,8% (sedang), dan sisanya sebesar 26,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian kemudian variabel Efektivitas transaksi Keuangandan Kemudahan Penggunaan dalam menjelaskan variabel Tingkat Konsumtif Belanja sebesar 78,7% ( Besar), dan sisanya sebesar 21,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian

### [3] Analisis f-square effect size ( $f^2$ ).

Nilai *f-square* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen Nilai hasil perhitungan  $f^2$  disajikan dalam tabel 10. Berikut

**Tabel 10. Uji  $f^2$**

	X1	X2	Y	Z
X1			0.034	0.162
X2			0.030	0.206
Y				
Z			0.714	

Berdasarkan tabel diatas dapat dijabarkan bahwa pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat maupun intervening merupakan pengaruh yang lemah, sedangkan pengaruh variabel intervening dengan variabel terikat memiliki pengaruh yang kuat.

### [4] Uji Hipotesis

Setelah semua uji kesesuaian model dapat terpenuhi, langkah selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis sebagaimana dijelaskan pada sub bab sebelumnya. Hasil perhitungan standarized koefisien regresi, angka t hitung (critical ratio) dan sig. (*probability value*)

**Tabel 11. Uji Hipotesis**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1 -> Z	0.396	0.399	0.095	4.161	0.000
X2 -> Z	0.447	0.446	0.085	5.235	0.000
X1 -> Y	0.151	0.158	0.089	1.704	0.090
X2 -> Y	0.144	0.147	0.101	1.425	0.156
Z -> Y	0.648	0.638	0.91	7.157	0.000
X1 -> Z -> Y	0.257	0.255	0.073	3.541	0.001

X2 -> Z -> Y	0.290	0.287	0.061	4.100	0.000
-----------------	-------	-------	-------	-------	-------

**[5] Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas dapat dijabarkan sebagai berikut :**

1. Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money karena memiliki nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $4,161 > 1,976$ ), sehingga hipotesis pertama diterima yaitu efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money karena memiliki nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $5,235 > 1,976$ ), sehingga hipotesis kedua diterima yaitu Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money
3. Efektivitas transaksi keuangan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja karena memiliki nilai p values  $0,090 > 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $< t$  tabel ( $1,704 < 1,976$ ), sehingga hipotesis ketiga ditolak yaitu efektivitas transaksi keuangan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja
4. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja karena memiliki nilai p values  $0,156 > 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $< t$  tabel ( $1,425 < 1,976$ ), sehingga hipotesis keempat ditolak yaitu Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja
5. Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja karena memiliki nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $7,157 > 1,976$ ), sehingga hipotesis kelima diterima yaitu Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja
6. Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening karena memiliki nilai p values  $0,001 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $3,541 > 1,976$ ), sehingga hipotesis keenam diterima yaitu Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening
7. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening karena memiliki nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $4,100 > 1,976$ ), sehingga hipotesis ketujuh diterima yaitu Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening

**Pembahasan**

**Pengaruh Efektivitas Transaksi Keuangan Terhadap Penggunaan E-Money**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $4,161 > 1,976$ ) bahwa efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money. Hasil ini sejalan dengan penelitian [28] yang menyebutkan bahwa pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan E-Money di Kota Palembang berpengaruh yang positif, yang artinya tingkat kepuasan meningkat jika dipengaruhi 3 variabel tersebut mengalami peningkatan

Hampir seluruh transaksi jual beli di zaman sekarang ini sudah menawarkan opsi pembayaran dengan E- money agar memudahkan para costumernya. Baik dari transaksi jual beli jasa atau jual beli produk semuanya sudah bisa melakukan pembayaran dengan E-money. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya transaksi pembayaran menggunakan E- money sangat berhubungan erat dengan penggunaan sistem pembayaran E-money. Transaksi pembayaran menggunakan E-money akan mempersingkat waktu pelayanan, meningkatkan tingkat keamanan, dan lebih mudah untuk di simpan atau dibawa

**Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan E-Money**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $5,235 > 1,976$ ) bahwa Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan [24] yang menjelaskan bahwa pengaruh persepsi kemudahan, manfaat dan risiko pada minat penggunaan E-Money di Surabaya belum sepenuhnya signifikan pengaruhnya. Karena pemahaman masyarakat mengenai kemudahan penggunaan, manfaat yang diperoleh dan risiko yang terjadi belum sejauh itu. Oleh sebab itu, diharapkan untuk penerbit E-Money terus melakukan inovasi terhadap produk dan pemahaman tentang E-Money perlu ditingkatkan

Menggunakan uang elektronik sangat mudah dan nyaman. Pengguna e-money dapat menghemat waktu transaksi dalam beragam aktivitas transaksi. Uang elektronik memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi sekaligus ke berbagai tujuan seperti membayar gaji karyawan dan lainnya. E-money familiar baik online maupun offline karena nyaman untuk membayar tagihan listrik, layanan telepon seluler, dan membayar barang dan jasa. Transaksi dengan e-money sangat cepat, sehingga penggunaan e-money berdampak besar pada penghematan waktu transaksi. Selain kemudahan dalam bertransaksi, penggunaan uang elektronik juga memberikan kemudahan berupa barang fisik yang mudah dibawa. Pengguna e-money tidak perlu membawa-bawa kartu e-money, dan karena fisiknya yang tipis dan terbuat dari plastik, merupakan metode pembayaran non tunai yang mudah dibawa kemana-mana[34] .

Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu ukuran tertentu dimana yakin dengan memanfaatkan teknologi serta minimnya tenaga yang digunakan dan tidak mempersulit penggunaannya dalam pemakaiannya. Maka persepsi atas kemudahan adalah rasa yakin terhadap langkah-langkah pemilihan keputusan. Individu yang meyakini bahwa sistem informasi tidak memberikan kesulitan, maka individu tersebut akan menggunakannya. Di sini pembayaran menggunakan uang elektronik sangat berhubungan erat dengan tingkat efektivitas dan efisiensi sistem pembayaran[35].

#### **Pengaruh Efektivitas Transaksi Keuangan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil nilai p values  $0,090 > 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $< t$  tabel ( $1,704 < 1,976$ ) bahwa efektivitas transaksi keuangan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja. Hal ini menunjukkan tingkat konsumtif belanja tidak ada korelasi dengan efektivitas transaksi keuangan, hal ini dikuatkan dengan kebutuhan konsumen berbeda dalam hal memenuhi atau berbelanja. Penelitian ini sejalan dengan [30] yang menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat efektivitas transaksi keuangan seseorang maka perilaku konsumtifnya juga akan semakin berkurang.

Meningkatnya penggunaan uang elektronik dan virtual currency di Indonesia ini dibuktikan dengan meningkatnya peredaran dan transaksi uang. Dengan meningkatnya jumlah media elektronik dan situs website- website mata uang elektronik, muncul di internet untuk memberikan kemudahan perdagangan dalam mata uang elektronik[36].

#### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil memiliki nilai p values  $0,165 > 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $< t$  tabel ( $1,425 < 1,976$ ) bahwa Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja. Hal ini menunjukkan kemudahan penggunaan tidak ada korelasi dengan efektivitas transaksi keuangan, hal ini dikuatkan dengan kebutuhan konsumen berbeda dalam hal memenuhi atau berbelanja. Penelitian ini sejalan dengan [31] yang menjelaskan bahwa dengan adanya kemudahan penggunaan pada E-Money itu memerlukan kesadaran dan kontrol diri terhadap pengeluaran untuk melakukan transaksi secara berlebihan seiring dengan adanya kemudahan penggunaan E-Money. Transaksi keuangan harus mudah bagi orang-orang dengan banyak mobilitas. Karena tidak memerlukan uang tunai untuk dibelanjakan, uang elektronik merupakan layanan yang disediakan oleh lembaga keuangan yang memudahkan dalam melakukan transaksi keuangan dunia nyata. Dalam menggunakan uang elektronik diharapkan pengguna dapat menggunakannya dengan bijak dan sangat hati-hati. Di internet, banyak situs yang menggunakan aplikasi uang elektronik palsu untuk melakukan penipuan terhadap penggunaan uang elektronik secara tersembunyi.[37].

#### **Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil memiliki nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $7,157 > 1,976$ ) bahwa Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja. Hasil ini menunjukkan adanya korelasi antara penggunaan E-money dengan tingkat konsumtif belanja, semakin banyak konsumen menggunakan E-money maka otomatis tingkat konsumtif belanja juga akan meningkat. Menurut penelitian [32] penggunaan E-Money dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa itu sendiri. Karena dengan E-Money dapat mengakibatkan pengeluaran konsumsi pada mahasiswa itu juga semakin meningkat. Pembayaran yang dilakukan dengan E-Money diaktakan cepat sehingga pemakaiannya juga semakin meningkat di kumpulan mahasiswa. Oleh karena itu, penggunaan E-Money dapat mempengaruhi tingkat konsumtif belanja pada mahasiswa.

Hasil penelitian tersebut dapat dijelaskan bahwa sistem pembayaran menggunakan E-money atau uang elektronik yaitu sebuah sistem pembayaran yang proses pembayarannya tidak lagi menggunakan uang kertas atau uang cash sebagai media transaksinya, sistem pembayaran ini cukup melalui kartu, chip, atau aplikasi yang nantinya data transaksi akan di proses melalui sebuah sistem sehingga nominal saldo yang ada di uang elektronik akan berkurang secara otomatis sehingga tidak perlu menggunakan uang kembali. Kehadiran E-money sebagai media pembayaran yang dikemas menggunakan bentuk kartu, chip, bahkan hanya menggunakan aplikasi yang ada di smart phone secara parsial memberi dampak terhadap transaksi keuangan. Namun hal tersebut serta merta dapat diikuti oleh semua kalangan masyarakat, hanya sebagian masyarakat yang mampu menggunakan E-money terutama dari kalangan usia muda yang memang mengerti akan teknologi di kota yang memiliki fasilitas dan infrastruktur yang memadai[38]

#### **Pengaruh Efektivitas Transaksi Keuangan Terhadap Tingkat Konsumtif Belanja Melalui E-Money Sebagai Variabel Intervening**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil memiliki nilai p values  $0,001 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $3,541 > 1,976$ ) bahwa Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanjamelalui E-Money sebagai variabel intervening. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan E-money mampu meningkatkan pengaruh efektivitas transaksi keuangan terhadap tingkat konsumtif belanja konsumen

Sesuai penelitian yang dilakukan oleh [23] ada beberapa keuntungan yang menyebabkan orang memutuskan untuk menggunakan cicilan fleksibel. Keuntungan pertama adalah Anda dapat menghemat lebih banyak uang karena sebagian besar layanan menawarkan promosi dengan kupon atau diskon. Responden dari penelitian ini merasa bahwa dengan banyak

batasan mereka dapat menghemat biaya. Manfaat selanjutnya adalah kenyamanan dalam pertukaran dan kehidupan sehari-hari yang teratur. Pembayaran digital dapat mempermudah proses transaksi pembayaran karena pengguna tidak perlu membawa dompet untuk melakukan transaksi; yang mereka butuhkan hanyalah smartphone dan koneksi internet. Namun, pelanggan atau pengguna sangat tertarik dengan kemudahan pembayaran yang dapat dilakukan. Sesuai dengan penelitian [24] selain ditemukannya bahwa banyaknya pengguna GO-PAY perempuan adalah yang pendidikan nya mahasiswa atau pelajar .

#### **Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap tingkat konsumtif belanja melalui penggunaan E-Money sebagai variabel intervening**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil nilai p values  $0,000 < 0,05$  atau memiliki nilai t statistik  $> t$  tabel ( $4,100 > 1,976$ ) bahwa Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan E-money mampu meningkatkan pengaruh kemudahan penggunaan E-Money terhadap tingkat konsumtif belanja konsumen

Dalam Penelitian [25] ada pengaruh positif dan besar antara pemanfaatan uang elektronik (e-cash) terhadap pemanfaatan penggunaan materi Peningkatan Finansial mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri Malang angkatan 2014. Hal ini dikarenakan uang elektronik (disebut juga e-money) cepat dan mudah digunakan, sehingga siswa semakin menggunakannya. Siswa semakin banyak membelanjakan kebutuhan sehari-harinya dengan semakin banyak menggunakan uang elektronik (e-money). Selanjutnya sejalan menurut [33] menemukan bahwa preferensi konsumen bervariasi menurut nilai dan jenis transaksi, tetapi juga berkorelasi dengan karakteristik demografis dan pendapatan. Bagian selanjutnya dari penelitian ini melihat apakah pelanggan cenderung beralih dari metode pembayaran yang mereka gunakan saat ini ke metode lain. Pada akhirnya, kami menguji apakah minat pelanggan untuk instrumen cicilan fleksibel untuk biaya yang terpisah untuk melakukan cicilan [38].

### **IV. KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan penelitian ini antara lain

1. Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Penggunaan E-Money
3. Efektivitas transaksi keuangan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja
4. Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja
5. Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap Tingkat Konsumtif Belanja
6. Efektivitas transaksi keuangan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening
7. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap tingkat konsumtif belanja melalui E-Money sebagai variabel intervening

#### **Saran**

Adapun saran atau rekomendasi yang dapat diberikan penulis antara lain:

1. Sebaiknya perusahaan menerapkan pembayaran berbasis E-Money dan setiap transaksi karena hal tersebut akan mempermudah perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaannya dengan tidak sibuk melakukan perhitungan uang kertas aka tetapi lebih efisien karena langsung menggunakan computer
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya memperhatikan hasil dari penelitian ini dengan mereplikasi penelitian seperti penelitian ini di objek lainnya ataupun melakukan penelitian yang sama di objek yang sama dengan penambahan variabel ataupun perubahan variabel yang dapat berpengaruh terhadap efektivitas dan efisiensi operasional pembayaran .

Keterbatasan pada penelitian : (1) adanya penelitian ini terpaku hanya pada mahasiswa akuntansi Umsida tahun 2019, jadi hasil yang disajikan kurang tergeneralisasi secara luas. Diharapkan kedepannya mampu memperluas area penelitian, seperti pada seluruh mahasiswa Umsida sehingga dapat ditarik kesimpulan yang lebih kuat. (2) anjuran dari penelitian ini adalah setiap orang mampu menerapkan pembayaran berbasis E-Money dalam setiap transaksi karena karena hal tersebut akan mempermudah perusahaan dalam menjalankan operasional perusahaannya dengan tidak sibuk melakukan perhitungan uang kertasakan tetapi lebih efisien karena langsung menggunakan computer. (3) harapan bagi para mahasiswa yang mau melakukan penelitian di objek yang sama tetapi dengan penambahan variabel maupun perubahan variabel yang dapat berpengaruh terhadap efektivitas dan efisiensi operasional pembayaran agar pengambilan keputusannya yang diambil lebih tepat dan akurat

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan serta sumbangan pemikiran dari semua pihak, untuk itu penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dosen-dosen pengajar mata kuliah UMSIDA
2. Ayah, ibu dan kakak saya tercinta atas jasa-jasanya, kesabaran serta selalu mengiringi dengan do'a dan segalakesih saying
3. Orang-orang terdekat dan calon suami saya Aditya Wibisono beserta keluarga serta teman-temanku Intan, Nuriya dan Fatma.
4. Semua pihak yang membantu yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu
5. Almamamterku, tempatku menimba ilmu

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

## REFERENSI

- [1] N. Alda, M. Salas, and H. J. Sibarani, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Online, Fitur Layanan dan Promosi Cash Back OVO Terhadap Minat Belanja Masyarakat di Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*, vol. 5, no. 2, pp. 1100–1117, 2021.
- [2] L. G. K. Dewi, N. T. Herawati, and I. M. P. Adiputra, "Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, vol. 5, no. 1, pp. 1–19, 2021, doi: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669.
- [3] N. Artina, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan E-Money Di Kota Palembang," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, vol. 11, no. 1, pp. 120–131, 2021.
- [4] I. A. Cahyani, "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSITAS PENGGUNAAN E-MONEY DENGAN BEHAVIOURAL INTENTION TO USE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris Pada Masyarakat di Kota Madiun)," *SIMBA Prosiding (Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi)*, 2020.
- [5] A. Faridatunniswah, "Pengaruh Ambiguitas Peran Terhadap Kinerja Pustakawan Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang," *Jurnal Pendidikan*, vol. 1, p. 22, 2018.
- [6] T. Hariyadi, "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA (Studi Kasus di Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi)," *Jurnal STIE Mahardika*, vol. 19, no. 1, pp. 167–177, 2020.
- [7] M. A. Padli *et al.*, "Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa IAIN Palangka Raya," *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 9, vol. 3, no. 1, pp. 89–97, 2018.
- [8] Ivo Intany Permata Sari, "PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY YANG DIMEDIASI OLEH PERKEMBANGAN ERA DIGITAL ( Studi Kasus Pada OVO )," 2022.
- [9] J. Vastukara, "Efektivitas terhadap pengguna atm mengenai saat melakukan transaksi terkait lokasi atm," vol. 2, no. 1, 2022.
- [10] D. Z. Nadia Chotimatuz Zuhro, Siti Saroh, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money," *Jiagabi*, vol. 10, no. 2, pp. 284–293, 2021.
- [11] S. J. Sibuea, D. Oktavianthy, and A. E. Rangkuti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo," *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, pp. 635–645, 2021.
- [12] H. Nainggolan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, vol. 5,

- no. 1, pp. 810–826, 2022, doi: 10.36778/jesya.v5i1.574.
- [13] A. Hasrian, “Pengaruh Perilaku Konsumen Islam Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money,” pp. 1–91, 2021.
- [14] R. Rahmi, “Metode Penelitian Kuantitatif untuk Penulisan Karya Ilmiah,” 2022.
- [15] D. Kurniawati and R. K. Judisseno, “ISSN : 2775-7374 PENGGUNAAN SKALA LIKERT UNTUK MENGANALISA EFEKTIVITAS REGISTRASI STAKEHOLDER MEETING: EXHIBITION INDUSTRY 2020 ISSN : 2775-7374,” pp. 142–152, 2020.
- [16] R. C. Dhewy, “Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 49–58, 2022.
- [17] Fabiana Meijon Fadul, “metpen pls,” 2019.





- [35] D. R. M. Insana and R. S. Johan, “Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa,” *Relasi J. Ekon.*, vol. 17, no. 2, pp. 413–434, 2021, doi: 10.31967/relasi.v17i2.494.
- [36] N. Ainayah, P. E. Islam, U. N. Surabaya, R. Indrarini, P. E. Islam, and U. N. Surabaya, “Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islami E-ISSN: i2686-620X Halaman 80-94,” *J. Ekon. dan Bisnis Islam.*, vol. 5, pp. 80–94, 2022,[Online]. Available: <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jeif>

**Conflict of Interest Statement:**

*The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.*