



**Pengaruh Gaya Hidup, e-WOM, Dan *Cashless Society* Terhadap Keputusan
Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2019
Universitas Islam Malang)**

SKRIPSI

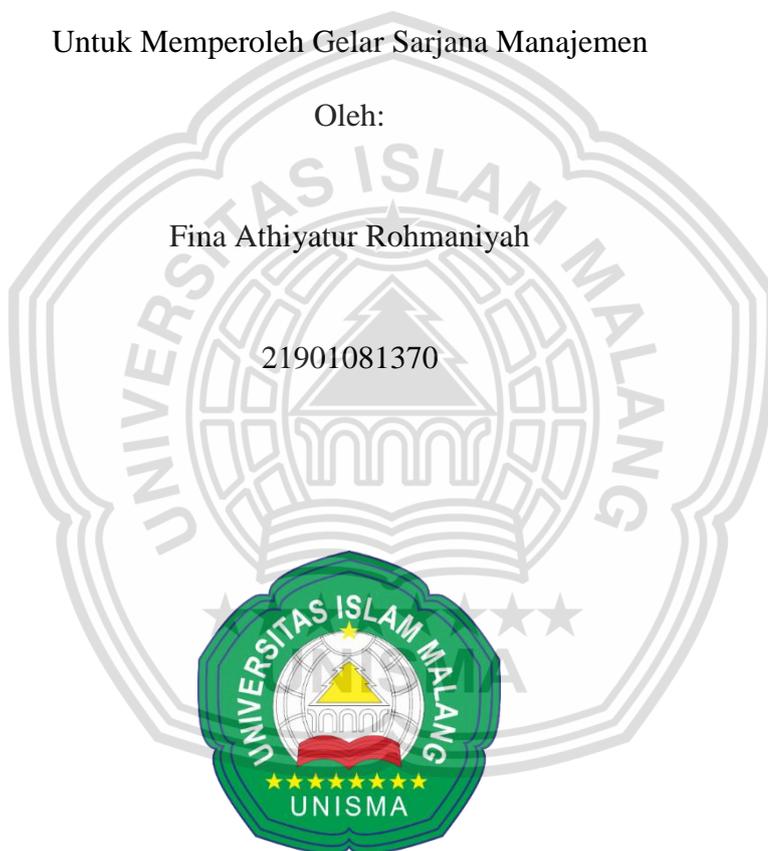
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Fina Athiyatur Rohmaniyah

21901081370



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2023

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah banyak mengubah pola dan gaya hidup dikalangan masyarakat, kehidupan masyarakat yang memanfaatkan *smartphone* dan internet juga didukung dengan adanya fasilitas layanan berbasis teknologi atau digitalisasi, hal ini membuat aktivitas sehari-hari di kalangan masyarakat semakin efektif dan efisien. Di zaman serba digital ini, khususnya di sektor keuangan telah merubah kebiasaan masyarakat yaitu pada zaman dahulu masyarakat terbiasa dengan pembayaran menggunakan uang tunai, namun saat ini telah berinovasi menuju transaksi uang digital. Perubahan dalam bidang ekonomi dapat dirasakan dalam kegiatan finansial yang dilakukan menjadi lebih mudah serta instan sehingga menghemat waktu dan tenaga. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Gaya Hidup, *Cashless Society*, dan *e-WOM* secara simultan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2019 yang pernah menggunakan QRIS di kalangan mahasiswa Universitas Islam Malang. Metode pendekatan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* yang merupakan teknik pengumpulan sampel dengan berdasarkan kriteria tertentu dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 60 responden dan menggunakan alat analisis SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Gaya Hidup dan *Cashless Society* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard* sedangkan *electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*. Secara simultan Gaya Hidup, *Cashless Society*, dan *e-WOM* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*.

Kata Kunci: Gaya Hidup, *Cashless Society*, *e-WOM*, Keputusan Konsumen.

ABSTRACT

The development of digital technology has changed many patterns and lifestyles among the people, the lives of people who use smartphones and the internet are also supported by the existence of technology-based service facilities or digitalization, this makes daily activities among the people more effective and efficient. In this all-digital era, especially in the financial sector, people's habits have changed, namely in ancient times people were used to payments using cash, but now they have innovated towards digital money transactions. Changes in the economic field can be felt in that financial activities are carried out more easily and instantly, thereby saving time and effort. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of Lifestyle, Cashless Society, and e-WOM simultaneously on the decision to use the Indonesian Standard Quick Response Code payment system. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang, Class of 2019 who had used QRIS among students of the Islamic University of Malang. The approach method uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling which is a sample collection technique based on certain criteria using a questionnaire distributed to 60 respondents and using the SPSS analysis tool. The results showed that partially Lifestyle and Cashless Society had a significant effect on the decision to use the Quick Response Code Indonesia Standard payment system, while electronic word of mouth had no significant effect on the decision to use the Quick Response Code Indonesia Standard payment system. Simultaneously Lifestyle, Cashless Society, and e-WOM have a significant effect on the decision to use the Quick Response Code Indonesia Standard payment system.

Keywords: *Lifestyle, Cashless Society, e-WOM, Consumer Decisions.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi digital telah banyak mengubah pola dan gaya hidup dikalangan masyarakat, kehidupan masyarakat yang memanfaatkan *smartphone* dan internet juga didukung dengan adanya fasilitas layanan berbasis teknologi atau digitalisasi, hal ini membuat aktivitas sehari-hari di kalangan masyarakat semakin efektif dan efisien (Restiani & Ima Amaliah, 2022). Di zaman serba digital ini, khususnya di sektor keuangan telah merubah kebiasaan masyarakat yaitu pada zaman dahulu masyarakat terbiasa dengan pembayaran menggunakan uang tunai, namun saat ini telah berinovasi menuju transaksi uang digital (Seputri & Yafiz, 2022).

Perubahan dalam bidang ekonomi dapat dirasakan dalam kegiatan finansial yang dilakukan menjadi lebih mudah serta instan sehingga menghemat waktu dan tenaga. Perkembangan teknologi informasi selalu menciptakan inovasi baru, salah satunya dengan berkembangnya *Financial Technology (Fintech)* yang merupakan inovasi sistem keuangan digital sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses produk dan layanan keuangan. Perkembangan di bidang teknologi melahirkan masyarakat yang membutuhkan sesuatu yang praktis, cepat, mudah, efektif dan efisien dalam setiap aktivitasnya (Restiani & Ima Amaliah, 2022).

Menurut (Seputri & Yafiz, 2022) *Financial Technology (Fintech)* adalah sebuah inovasi yang dimunculkan oleh sektor keuangan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Kemajuan teknologi yang semakin meningkat memaksa masyarakat untuk lebih mengenal kegiatan transaksi keuangan digital, kebutuhan akan mekanisme pembayaran yang cepat dan mudah menjadi usul lahirnya layanan transaksi keuangan digital. Kemajuan teknologi semakin meningkat seiring berkembangnya zaman menuntut konsumen mengikuti perkembangannya, sehingga konsumen berlomba-lomba meningkatkan prestige diantara kelompoknya. Hal tersebut mampu mempengaruhi gaya hidup dalam kelompok.

Mendefinisikan gaya hidup sebagai salah satu kebiasaan pelanggan yang beradaptasi dengan lingkungan tertentu. Meningkatnya keinginan konsumen dalam pemenuhan budaya pop tercemin dari gaya hidup mereka (Dani, 2022). Selain faktor gaya hidup, konsumen tentunya memilih untuk menggunakan transaksi digital untuk memudahkan proses transaksi jual beli ataupun segala macam pembayaran apabila harga pembayaran dinilai lebih tinggi, maka dari itu biasanya konsumen memilih alat pembayaran elektronik yang sesuai, dengan demikian konsumen mampu memberikan komentar terhadap alat transaksi yang dirasa sesuai, dan lalu merekomendasikan terhadap konsumen lain atau yang lebih dikenal dengan e-WOM (*Elektronik Word of Mouth*).

Bentuk pemasaran yang efektif dan cepat dalam memengaruhi keputusan seseorang baik secara *online* maupun *offline* dibandingkan dengan sumber informasi lainnya yaitu melalui *Word of Mouth* (Oktaviani et al., 2019) Seiring berkembangnya teknologi, pengaruh konsumen melalui komunikasi *WOM* dipercepat dengan internet. *WOM* yang dilakukan melalui internet disebut dengan *electronic word of mouth (e-WOM)*. *e-WOM* adalah pernyataan positif atau negative yang dilakukan oleh konsumen potensial, actual, maupun mantan konsumen tentang produk atau perusahaan melalui internet (Hennig-Thurau et al., 2004).

Perilaku masyarakat mulai berkembang kearah lebih modern seiring dengan perkembangan teknologi yang menciptakan adanya perubahan dalam segi perilaku termasuk dalam pola konsumsi di era teknologi dan digital. Seperti banyaknya masyarakat yang menggunakan transaksi secara online atau disebut dengan *cashless society* (Wikannanda et al., 2020). Hal tersebut di buktikan pada penelitian Wikannanda et al., (2020) yang menjelaskan bahwa fenomena *cashless society* ini dianggap cukup berhasil bagi kalangan mahasiswa karena dianggap cepat dan efektif dalam melakukan pembayaran seperti dalam menggunakan transportasi (baik ojek online maupun mobil online).

Cashless society ialah keadaan masyarakat melakukan transaksi tanpa memakai uang tunai, tetapi dengan menggunakan uang elektronik atau bermacam kartu seperti ATM dan kartu kredit (Wardani & Masdiantini, 2022). Menurut Seputri & Yafiz, (2022) metode pembayaran digital (*cashless*) merupakan jenis pembayaran yang banyak diminati masyarakat belakangan ini. Salah satunya yaitu pembayaran non-tunai yang berbentuk aplikasi dalam transaksi pembayarannya seperti melalui GoPay, OVO, ShopeePay, Dana, LinkAja. Tingginya minat penggunaan uang elektronik (*e-money*) tentunya tidak hanya dikaitkan dalam bentuk kemudahan di era globalisasi ini, namun telah menjadi simbol penting dalam masyarakat dan kelas menengah dalam menunjukkan status sosialnya (Wikannanda et al., 2020).

Selain efektif, penggunaan QRIS juga dapat menguntungkan semua pihak, oleh karena itu banyak bisnis yang memanfaatkan QRIS sebagai metode pembayaran nontunai. Hal ini dibuktikan oleh Databooks.katadata.co.id (2022) bahwa per Agustus 2022 terdapat 91,7 juta kali transaksi QRIS dengan nilai total Rp 9,66 triliun. Gubernur Bank Indonesia menyatakan bahwa sudah ada sekitar 20 juta *merchant* QRIS diseluruh Indonesia. Sebanyak 90% di antaranya merupakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu layanan digital banking yang mengalami peningkatan adalah penggunaan mobile banking. Mobile banking ialah layanan yang disediakan oleh pihak bank yang

memperbolehkan nasabah perbankan melaksanakan transaksi perbankan menggunakan *smartphone*.

Terdapat fitur pembayaran baru yang diterapkan mobile banking yaitu pembayaran melalui scan QR Code yang dimana pengguna cukup melakukan scan QR Code yang ada pada meja kasir merchant kemudian transaksi selesai. QRIS (*Quick Respons Code Indonesia Standard*) diluncurkan oleh BI pada tanggal 17 Agustus 2019 menjadi standar QR Code bagi transaksi pembayaran digital melalui e-wallet dan mobile banking untuk mewujudkan *cashless society*. Menurut Bank Indonesia QRIS merupakan standarisasi pembayaran melalui QR Code yang diluncurkan oleh BI supaya transaksi pembayaran melalui QR Code menjadi lebih praktis, cepat, serta aman (Wardani & Masdiantini, 2022).

Dengan adanya *Quick Response Indonesia Standar* (QRIS) ini Bank Indonesia memudahkan dan membantu mahasiswa-mahasiswi dalam berinteraksi secara non tunai dan mempermudah pengguna untuk tidak perlu repot membawa uang banyak-banyak dikantong, dengan menggunakan uang elektronik yang ada di *handphone* masing-masing mudah dibawa kemana saja dan begitu juga mitra QRIS seperti toko, kafe, UMKM, donasi dan kegiatan ekonomi lainnya dapat diakses melalui digital. Serta tidak merasa takut lagi dengan pengembalian uang yang tidak pas, mengurangi penyebaran uang palsu, serta membantu pemerintah untuk membawa Indonesia menuju *Cashless Society*.

Upaya untuk mensosialisasikan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) pada masyarakat bukan merupakan hal yang mudah karena pemahaman masyarakat yang rendah mengenai keuangan digital dan penggunaan uang tunai masih menjadi pilihan utama masyarakat. Dalam upayanya mensosialisasikan *Quick Response Code Indonesia Standard* tidak hanya sekedar mengenalkan, tetapi perlu menanamkan kesadaran bertransaksi selaras dengan tuntutan globalisasi. Melalui penerapan sistem ini pembayaran inilah dapat membantu mempermudah kegiatan transaksi dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Restiani & Ima Amaliah, 2022).

Berdasarkan wawancara dengan 15 mahasiswa, mereka menyatakan bahwa *Electronic Word of Mouth* tidak selalu mempengaruhi keputusan konsumen karena informasi yang didapatkan dalam internet belum kredibel, banyaknya review konsumen di media sosial, pembayaran menggunakan QRIS lebih mudah daripada memakai uang tunai, dan mendapatkan informasi QRIS dari beberapa iklan. QRIS merupakan fitur pembayaran yang menggunakan QR Code, dan juga popularitas QRIS yang saat ini banyak diminati.

Berdasarkan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, e-WOM, Dan *Cashless Society* Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup, *e-WOM*, dan *Cashless Society* secara simultan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*?
2. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup secara parsial terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*?
3. Bagaimana pengaruh *e-WOM* secara parsial terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*?
4. Bagaimana pengaruh *Cashless Society* secara parsial terhadap penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan antara Gaya Hidup, *e-WOM*, dan *Cashless Society* yang signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*.

2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara Gaya Hidup yang signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*.
3. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara *e-WOM* yang signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*.
4. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara *Cashless Society* yang signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

- a. Dapat memberikan bahan informasi dan referensi kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang, mahasiswa dan para pembaca dapat membantu pihak berkepentingan.
- b. Menambah pengetahuan dan memperkaya ilmu ekonomi terutama mengenai penggunaan QRIS sebagai alat transaksi digital di kalangan mahasiswa dan sebagai sumber informasi untuk melihat perkembangan Sistem Pembayaran Indonesia.
- c. Sebagai bahan informative yang dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam penggunaan QRIS sebagai alat transaksi digital di kalangan mahasiswa.

- d. Sebagai bahan motivasi untuk mengembangkan penelitian berikutnya serta sebagai bahan masukan, pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui gaya hidup, e-WOM, dan *cashless society* terhadap keputusan konsumen Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2019 yang pernah menggunakan QRIS. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel gaya hidup, e-WOM, dan *cashless society* terhadap keputusan konsumen mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2019 yang pernah menggunakan QRIS. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji F.
- b. Variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan konsumen mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2019 yang pernah menggunakan QRIS. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t.
- c. Variabel e-WOM tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2019 yang pernah menggunakan QRIS. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji t.
- d. Variabel *cashless society* berpengaruh terhadap keputusan konsumen mahasiswa FEB Universitas Islam Malang angkatan 2019 yang pernah menggunakan QRIS.

5.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma dengan jumlah sampel yang terbatas yaitu 60 responden. Dengan keterbatasan tersebut penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pada lingkup yang lebih luas dan ukuran sampel yang lebih besar, atau dengan melakukan penelitian lebih banyak tempat lagi apabila sampelnya terlalu sedikit. Maka hasil penelitian ini hanya bisa digunakan pada lingkungan Unisma Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- b. Pada variabel e-WOM responden berpendapat bahwa informasi mengenai QRIS didapatkan dari beberapa iklan. Iklan yang diterima responden tidak selalu dapat memutuskan keputusan konsumen karena hasil tidak berpengaruhnya e-WOM terhadap keputusan konsumen dapat juga disebabkan oleh kurangnya kepercayaan konsumen terhadap informasi yang ada di media sosial, konsumen lebih percaya dengan informasi yang didapat dari orang terdekat karena informasi yang didapat lebih kredibel.

5.3 Saran

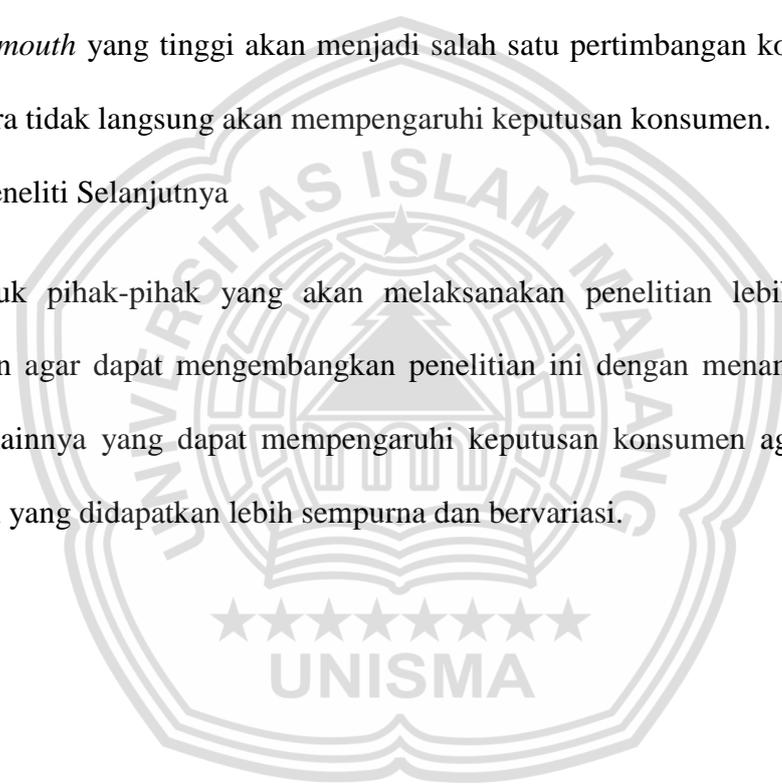
Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait variabel gaya hidup, e-WOM, dan *cashless society* memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen, penelitian ini memiliki beberapa saran, yaitu:

a. Bagi perusahaan

Peneliti merekomendasikan kepada perusahaan terkait untuk memperhatikan secara seksama pentingnya beberapa faktor tersebut. Terutama faktor *cashless society* karena faktor tersebut memiliki pengaruh yang paling besar dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Tidak hanya itu, begitu pula dengan faktor *electronic word of mouth*, karena dengan adanya *electronic word of mouth* yang tinggi akan menjadi salah satu pertimbangan konsumen dan secara tidak langsung akan mempengaruhi keputusan konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut dianjurkan agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen agar hasil penelitian yang didapatkan lebih sempurna dan bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Amri, S., & Prihandono, D. (2019). Influence Lifestyle, Consumer Ethnocentrism, Product Quality On Purchase Decision Through Purchase Intention. *Management Analysis Journal*, 8(1), 25–38. <http://maj.unnes.ac.id/>
- Astuti, R., & Hasbi, M. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 Di Kota Medan. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 127–135.
- Dani, F. T. S. A. (2022). *Pengaruh Word Of Mouth (WOM), Gaya Hidup (Lifestyle), dan Harga Terhadap Kepuasan Penggunaan Jasa Layanan Sarahita Organizer Di Kabupaten Ponorogo. September.*
- Ewa Abbas, A. (2017). Literature Review of a Cashless Society in Indonesia: Evaluating the Progress. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 8(3), 193–196. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2017.8.3.727>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *Jurnal Signal*, 8(2), 134. <https://doi.org/10.33603/signal.v8i2.3490>
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. Manajemen Pemasaran Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2021). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533–542. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.424>
- Oktaviani, N., Astuti, W., & Firdiansjah, A. (2019). PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PEMBENTUKAN KOMITMEN PELANGGAN DAN e-WOM PADA PENGGUNA APLIKASI e-MONEY “OVO.” *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 93–112. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i1.3757>
- Pasaribu, J. F., Soebandhi, S., Suyono, J., & Elisabeth, D. R. (2019). The Impact Of Lifestyle, Brand Awareness, Product Quality, On Purchasing Decisions And Repurchase Intention. *Journal of World Conference (JWC)*, 2(1), 137–145. <https://doi.org/10.29138/prd.v2i1.127>

- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Restiani, F., & Ima Amaliah. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat di Kota Bandung terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesian Standard. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 2(2), 256–263. <https://doi.org/10.29313/bcses.v2i2.3201>
- Seputri, W., & Yafiz, M. (2022). QRIS Sebagai Alat Transaksi Digital Generasi Z : Analisis Faktor. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 10(ADZKIYA), 2.
- Sodik, J. (2021). *Pengaruh Cashless Society Dan Strategi Online To Offline Terhadap Keputusan Kemitraan Dengan Online Food Delivery Service*. 1(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardani, L., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Faktor Sosial Budaya, Motivasi Hedonis Dan Nilai Harga Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code *Jurnal Ilmiah Akuntansi ...*, 12(1), 254–263. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/view/38188%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJA/article/download/38188/22735>
- Wikannanda, M. A. S. P., Safitri, D. D. M. S., & Saipiatuddin, S.pd, M. S. (2020). *Pengaruh Fenomena Cashless Society Terhadap Hidup Di Kalangan Mahasiswa*. 4(1), 30–39.