

# Pengaruh Dompert Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan

*by* Jurnal Ekombis Review

---

**Submission date:** 18-Jul-2022 12:41AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1871975118

**File name:** Silalahi,\_Rindi\_Safira,\_Zsasa\_Aulia\_Hubara,\_Eka\_Purnama\_Sari.pdf (559.42K)

**Word count:** 3476

**Character count:** 21958



## Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan

Purnama Ramadani Silalahi <sup>1)</sup>; Rindi Safira <sup>2)</sup>; Zsasa Aulia Hubara <sup>3)</sup>; Eka Purnama Sari <sup>4)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [purnamaramadani@uinsu.ac.id](mailto:purnamaramadani@uinsu.ac.id), <sup>2)</sup> [rindisafira70@gmail.com](mailto:rindisafira70@gmail.com), <sup>3)</sup> [zsasaaulia09@gmail.com](mailto:zsasaaulia09@gmail.com), <sup>4)</sup> [epurnamasari705@gmail.com](mailto:epurnamasari705@gmail.com)

### How to Cite :

Silalahi, P. R., Safira, R., Hubara, Z. A., Sari, E. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan: *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10 (2). doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2>

### ARTICLE HISTORY

Received [11 April 2022]

Revised [17 Juni 2022]

Accepted [14 Juli 2022]

### KEYWORDS

Digital Wallet, Individual Shopping Culture, Technological Development

<sup>21</sup> This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini mengalami kemajuan yang cukup pesat sehingga berpengaruh pada perkembangan sistem pembayaran khususnya pada penggunaan sistem pembayaran non tunai. Sistem pembayaran non tunai mulai menggantikan peran sistem pembayaran tunai di Indonesia. Perkembangan dompet digital masih terus berlanjut hingga saat ini. Tujuan dari penelitian kali ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap budaya belanja individu di kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan angket dengan sample sebanyak 100 orang, dan alat tes menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan dompet digital dengan budaya belanja individu. Hasil nilai R Square sebesar 0,827 menunjukkan bahwa Kepercayaan, kemudahan dan manfaat dompet digital memiliki pengaruh sebesar 82,7 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel permintaan lain.

### ABSTRACT

Current technological developments are progressing quite rapidly, so that it affects the development of payment systems, especially in the use of non-cash payment systems. Non-cash payment systems have begun to replace the role of cash payment systems in Indonesia. The development of digital wallets continues to this day. The purpose of this research is to find out how the use of digital wallets affects individual shopping culture in the city of Medan. This study uses a qualitative method using a questionnaire with a sample of 100 people, and a test tool using SPSS 25. The results of this study indicate that there is an effect of using a digital wallet with individual shopping culture. The results of the R Square value of 0.827 indicate that Trust, convenience and benefits of digital wallets have an influence of 82.7%, while the rest is influenced by other demand Variables.

## PENDAHULUAN

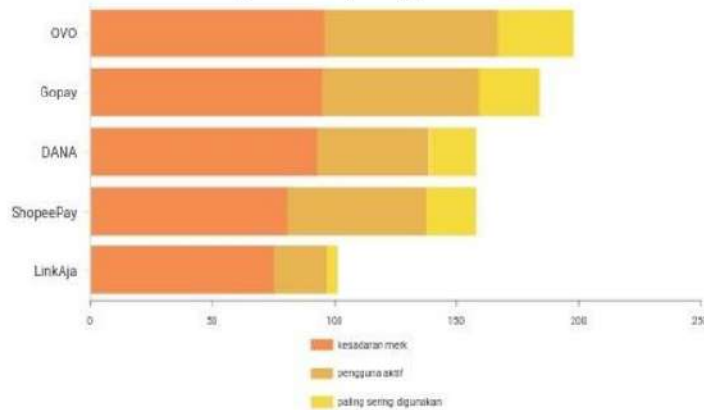
Pengaruh kemajuan teknologi memberikan dampak dalam segi kehidupan manusia, tidak terkecuali pada metode konsep pembayaran yang dilakukan konsumen ketika berbelanja. Sekarang konsumen diberikan kemudahan dalam proses berbelanja, pembeli/konsumen tidak harus datang langsung ke tempat belanja ketika ingin membeli suatu produk sebab sekarang mereka dapat mudah berbelanja melalui aplikasi seperti *website*, *marketplace*, atau bahkan WhatsApp dll.

Perubahan teknologi yang ada tidak hanya pada kegiatan jual beli saja akan tetapi juga pada sistem pembayaran.

Transaksi yang menggunakan dompet digital salah satu bagian dari kemajuan teknologi yang ada. Konsumen telah diperkenalkan gaya hidup bertransaksi tidak menggunakan uang tunai, masyarakat tidak perlu membawa uang fisik ketika ingin membayar sesuatu sebab sekarang dapat menggunakan sistem finansial keuangan secara digital. Hal ini memberikan kemudahan dengan penggunaan sistem pembayaran secara digital yang lebih efisien dibanding dengan uang fisik tunai (Bintarto, 2018).

Di Indonesia sendiri ada banyak jenis dompet digital seperti: Ovo, Dana, Gopay, LinkAja, ShopeePay, Dompotku, dll. Menurut Survei yang dilakukan Kadance International (2021) diperoleh bahwa Ovo menjadi pembayaran digital yang paling diminati masyarakat Indonesia Menurut data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Utara mengatakan bahwa setidaknya 70 persen pengguna dompet digital berada di Kota Medan (www.Bisnis.com). Hal ini menandakan bahwa dompet digital menjadi kemajuan teknologi yang sudah diaplikasikan masyarakat dalam bertransaksi.

**Gambar 1. Jenis Dompot Digital di Indonesia**



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>, 2021

Budaya belanja sangat identik dengan perilaku konsumen dalam menghabiskan uang yang dimiliki. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai perilaku atau sebuah tindakan yang dilakukan konsumen mengenai pengambilan keputusan pembelian atas sesuatu dengan berdasar kepada keinginan atau kebutuhan yang dimana memiliki manfaat ketika mengkonsumsi atau pun menggunakan barang yang telah dibeli. Manfaat yang ada dapat dibagi dua bentuk seperti nilai manfaat yang dapat dihitung dan nilai manfaat yang tidak dapat dihitung (Arianty, et al., 2019).

Ada beberapa hal yang menjadi faktor seseorang dalam pembelian suatu produk yaitu faktor sosial -budaya, pribadi, serta psikologis (Kotler dan Armstrong:2003). Menurut teori teori dari Sumartono (2002) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan untuk membeli suatu barang dengan mengutamakan faktor keinginan (want) daripada faktor kebutuhan (need). Padahal pada kenyataan di lapangan masyarakat membeli suatu barang sesuai yang dibutuhkan dan juga tergantung pada kemampuan daya beli. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Kristina (2021) didapat kesimpulan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran di Kota Medan, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Popy Efrida (2022) bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Medan. Menurut temuan penulis, penggunaan dompet digital menjadi salah satu

diminati oleh masyarakat. Maka disini penulis tertarik untuk meneliti mengenai " Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan".

## LANDASAN TEORI

### Dompot Digital

#### Definisi Dompot Digital

Dompot digital /E-wallet merupakan salah satu metode pembayaran digital dimana menerapkan sistem digital yakni server based dalam aplikasinya. E-wallet menggunakan aplikasi digital berupa server sehingga ketika kita ingin menggunakannya harus memiliki koneksi internet (Wijaya,2018). Berbeda halnya dengan E-money yang berisi chip untuk terhubung <sup>25</sup> setiap melakukan transaksi. Sedangkan Dompot Digital hanya menggunakan aplikasi. Berdasarkan **peraturan Bank Indonesia No 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7** " Dompot Digital atau E-wallet merupakan salah satu layanan digital dimana berisi mengenai informasi keuangan yang dimiliki, sebagai alat untuk pembayaran sesuatu, menampung dana dan juga digunakan untuk transaksi finansial lainnya". Perkembangan Dompot Digital cukup sangat berkembang dengan pesat di Indonesia hal ini dikarenakan adanya kemajuan teknologi disegala aspek salah satunya adalah kemajuan transaksi secara *online*, dompot digital sangat diminati oleh masyarakat sebab dompot digital sendiri memberikan kemudahan kepada pengguna <sup>8</sup> dalam melakukan transaksi yang tidak langsung dan dapat dilakukan dimana saja. Ada banyak **jenis dompot digital yang digunakan oleh masyarakat Indonesia** seperti : Dana, Ovo **Gopay**, link Aja, Shoppe Pay, dll.

#### Fungsi dan Manfaat Dompot Digital

Dompot Digital merupakan salah satu aplikasi keuangan elektronik yang memiliki fungsi menyimpan, membayar, dan bertransaksi lainnya yang dilakukan secara *online* dan terhubung dengan jaringan internet. Pengguna dompot digital diberikan kemudahan yaitu dapat melakukan berbagai transaksi hanya dengan menggunakan aplikasi di *smartphone* tanpa memerlukan kartu fisik. Selain itu ada juga beberapa manfaat dari Dompot Digital adalah sbb :

1. Praktis, mudah dan Efisien
2. Transaksi yang lebih cepat
3. Terjaga keamanannya
4. Adanya riwayat pemakaian atau history
5. Dapat dilakukan untuk melakukan berbagai transaksi

#### Kelebihan dan Kekurangan Dompot Digital

<sup>12</sup> Adapun kelebihan dompot digital yang dapat dinikmati penggunaanya adalah sbb :

1. **Mudah dan aman.** Sistem *cashless* memungkinkan masyarakat bertransaksi **tanpa harus membawa** atau memakai **uang tunai**, namun dapat menggunakan kartu debit atau aplikasi *e-wallet* yang tentunya lebih praktis dari pada kemana-mana harus membawa dompot. Selain mudah untuk transaksi, dengan menggunakan *cashless* juga lebih aman dibandingkan membawa uang tunai.
2. **Setiap transaksi tercatat dengan baik.** Setiap transaksi akan tercatat dalam database sehingga pelanggan dapat dilacak setiap transaksi dengan mudah dan tentunya lebih akurat.
3. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pembayaran. Menggunakan *e-wallet* dinilai lebih efisien karena ketika akan melakukan pembayaran tidak perlu menyediakan uang tunai hingga membuat dompot terlihat menjadi lebih tebal. Selain itu dengan menggunakan *e-wallet* akan lebih menghemat waktu dalam melakukan transaksi pembelian
4. Banyak promosi, Diskon, dan Cashback. Promo, Diskon dan *Cashback* merupakan strategi pemasaran yang digunakan oleh penyedia aplikasi *e-wallet* untuk menarik minat *customer*.

Dengan strategi tersebut maka masyarakat akan lebih diuntungkan dan akan beralih untuk menggunakan aplikasi dompet digital tersebut (Jannah,2022).

### Adapun kekurangan Dompet Digital

Dompet digital membuat penggunaannya menjadi konsumtif. Saat banyak promo - promo menarik yang ditawarkan akan membuat pengguna<sup>28</sup> lebih konsumtif terlebih sifatnya yang fleksibel yang artinya pengguna dapat secara leluasa melakukan berbagai jenis transaksi dimana saja dan kapan saja secara mudah dan efisien.

1. Adanya biaya transaksi tambahan. Beberapa dompet digital ada yang menambahkan biaya tambahan administrasi untuk setiap transaksinya. Jumlah nominal biaya tambahan yang dikenakan ke pengguna berbeda beda tergantung dengan aplikasi dompet digital yang digunakan.
2. Merchant Partner yang masih terbatas. Belum banyak merchant yang dapat melakukan transaksi secara digital. Hal ini dapat dikarenakan oleh minimnya infrastruktur yang mendukung, contohnya jaringan internet.
3. Saldo yang ada di Dompet Digital tidak dapat ditarik kembali. Beberapa platform aplikasi dompet digital tidak menyediakan layanan pencairan saldo pada dompet digitalnya dengan tujuan agar uang yang telah dimasukkan dalam dompet digitalnya dengan tujuan agar uang yang telah dimasukkan dalam dompet digital dipergunakan untuk belanja oleh penggunaannya (Kurniawan,2022).

### Budaya Belanja<sup>3</sup>

Budaya<sup>3</sup> merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok yang dilakukan secara terus menerus yang menyebabkan suatu kebiasaan tertentu dimana kejadian tersebut akan dilakukan berulang ulang yang menjadi rutinitas seseorang. Belanja adalah kegiatan yang sering dilakukan oleh individu dalam memenuhi segala kebutuhan pokok maupun kebutuhan tersier. Berbelanja merupakan hal / kegiatan yang pasti pernah dilakukan oleh setiap orang, sebab setiap orang harus memenuhi kebutuhan. Anak muda pada zaman sekarang tentu tidak asing dengan berbelanja apalagi berbelanja secara *online* sesuai dengan kemajuan zaman. Perilaku konsumen diartikan sebagai tindakan nyata yang dilakukan oleh setiap konsumen yang dipengaruhi oleh aspek internal maupun eksternal ketika ingin memilih sesuatu barang atau pun jasa untuk dikonsumsi (Setiadi, 2019)

Selain berbelanja secara *online* mereka juga mengikuti perkembangan teknologi dalam hal transaksi pembayaran yaitu menggunakan pembayaran secara digital atau non tunai. Kemudahan yang ditawarkan oleh metode transaksi ini memberikan efektivitas yang baik terutama untuk mereka yang sibuk dengan pekerjaan, transaksi *online* menjadi salah satu solusinya. Perkembangan penggunaan dompet digital/*E money* selalu memberikan perkembangan setiap tahunnya yang memberikan pelayanan yang cepat dan efisien sehingga menjadikan dompet digital sebagai suatu budaya belanja baru yang sangat diminati oleh masyarakat (Maida, 2019). Dikarenakan dompet digital menggunakan aplikasi yang dapat diakses dengan menggunakan *smartphone*, tentu bukan menjadi satu hal tantangan sebab zaman sekarang semua orang sudah paham dengan gadget atau *smartphone*, sehingga tidak akan kesulitan menggunakan dompet digital dalam proses transaksi yang dilakukan (Sulistiyawati, D. Santosa, I.& Wahyudi, 2019).

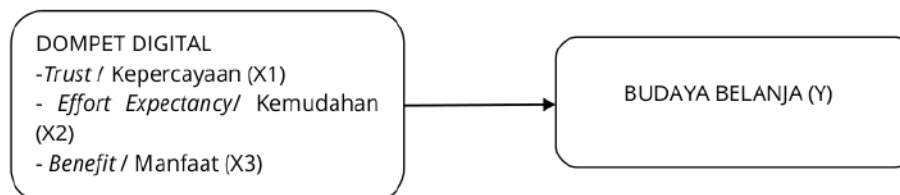
### Faktor faktor yang mempengaruhi Budaya Belanja

Menurut Bagong Suyanto mengutip dari Ritzer ada hal yang mengakibatkan perilaku konsumtif atau pemborosan antara lain :

- a. Pertumbuhan Kartu kredit yang mengakibatkan masyarakat berbelanja lebih banyak dari pada semestinya bahkan melampaui jumlah persediaan uang yang ada, hal ini dikarenakan dengan

- kartu kredit akan membuat masyarakat lebih memudahkan untuk membeli sesuatu ketika keterbatasan uang.
- Banyak nya tempat shopping mall di sepanjang jalan perkotaan. Banyaknya shopping mall akan mendorong masyarakat untuk membeli barang bahkan ketika barang tersebut tidak diperlukan.
  - semakin banyaknya jaringan atau siaran televisi serta cyber mall yang memudahkan masyarakat berbelanja bahkan dalam waktu 24 jam dalam sehari. Hal ini yang membuat masyarakat akan terdorong untuk membeli.
  - Adanya berbeda Katalog yang menawarkan banyak nya Variasi produk. Ketika Produk memiliki banyak variasi maka akan memunculkan keinginan seseorang untuk memperoleh barang tersebut sehingga akan mendorong perilaku belanja.

**Gambar 2. Kerangka Konseptual**



Definisi variabel diatas adalah

- Trust / Kepercayaan* adalah tingkat kepercayaan konsumen dalam menggunakan dompet digital ketika melakukan transaksi belanja
- Effort Expectancy / Kemudahan* adalah tingkat kemudahan penggunaan system yang ada pada dompet digital dalam mendukung transaksi belanja
- Benefit / Manfaat* adalah fitur manfaat yang ada pada aplikasi dompet digital ketika mengaplikasikannya untuk berbelanja
- Budaya Belanja adalah Pengambilan keputusan/ keseringan seseorang dalam melakukan pembelian akan suatu barang.

## METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan penelitian jenis kuantitatif, dimana metode kuantitatif adalah sebuah metode dimana didasarkan pada suatu filsafat positifisme, yang bertujuan untuk meneliti populasi ataupun sampel tertentu. Penelitian jenis kuantitatif menggunakan beberapa instrumen untuk mengukur serta menganalisis data angka dan menghubungkannya dengan hipotesis yang telah ditetapkan untuk diuji (Sugiyono, 2017). Variabel dalam penelitian ini terdiri atas 3 variabel Independen yaitu *Trust / Kepercayaan (X1)*, *Effort Expectancy / Kemudahan (X2)*, *Benefit / Manfaat (X3)* dan variabel dependen yaitu Budaya Belanja Individu (Y). Populasi dalam penelitian adalah seluruh masyarakat kota Medan yang menggunakan Dompot Digital dengan sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner yang disebarakan kepada sampel dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memperoleh data terkait penelitian ini. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan SPSS 25 For Windows yang kemudian dilakukan uji data berupa Uji Regresi linear, Uji Normalitas, Uji T dan Uji F.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuisioner yang berisi 5 pertanyaan untuk setiap Variabel yaitu Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Manfaat (X3) dan Budaya Belanja (Y). Kuisioner diberikan kepada 100 orang responden.

**Tabel 1. Pengukuran Skala**

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

### Analisis Data

#### Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan salah satu uji yang dilakukan yang bertujuan mengetahui data baran sebuah kelompok data yang telah dikumpulka, apakah data tersebut bersifat distribusi normal atau tidak. Dalam Penelitian ini Uji Normalitas yang digunakan adalah Uji Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 2. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,29618662
Most Extreme Differences	Absolute	,128
	Positive	,128
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		1,276
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dari Tabel diatas diketahui bahwa nilai Asymp.Sig sebesar 0,077. Nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat Normal.

#### Uji Regresi Linier

Uji Regresi Linier adalah salah satu uji yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel terikat (y) dengan variabel bebas (x). Uji ini adalah salah satu uji yang menggunakan jenis data interval maupun rasio.

Tabel 3. Uji Regresi Linear

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,343	1,055		2,222	,029
	Kepercayaan (X1)	,254	,051	,290	5,018	,000
	Kemudahan (X2)	,329	,053	,400	6,203	,000
	Manfaat (X3)	,335	,060	,345	5,551	,000

a. Dependent Variable: Budaya Belanja (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Persamaan Regresi Linear :

$$Y = 2,343 + 0,254 X1 + 0,329 X2 + 0,335 X3$$

1. Nilai koefisien sebesar 2,343 menunjukkan bahwa Budaya Belanja (Y) adalah 2,343 jika variabel bebas Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2) dan Manfaat (X3) konstan atau tidak berubah (sama dengan nol)
2. Tingkat Kepercayaan (X1) menunjukkan angka 0,254 menunjukkan bahwa nilai kepercayaan mengalami peningkatan sebesar 100 % maka akan meningkatkan Budaya Belanja. Menurut Standardized Coefficients, Kepercayaan berkontribusi 25,4 % terhadap Budaya Belanja.
3. Tingkat Kemudahan (X2) menunjukkan angka 0,329 menunjukkan bahwa nilai kemudahan mengalami peningkatan sebesar 100 % maka akan meningkatkan Budaya Belanja. Menurut Standardized Coefficients, Kemudahan berkontribusi 32,9 % terhadap Budaya Belanja.
4. Tingkat Manfaat (X3) menunjukkan angka 0,335 menunjukkan bahwa nilai manfaat mengalami peningkatan sebesar 100 % maka akan meningkatkan Budaya Belanja. Menurut Standardized Coefficients, Manfaat berkontribusi 33,5 % terhadap Budaya Belanja.

### Uji Parsial (Uji T)

Uji T adalah Uji yang dilakukan untuk menguji pengaruh bagaimana masing-masing Variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Kriteria untuk pengujian :

- apabila nilai dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , diambil kesimpulan bahwa variabel terikat (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas (X);
- apabila nilai dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , diambil kesimpulan bahwa variabel terikat (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel bebas (X).

Tabel 4. Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,343	1,055		2,222	,029
	Kepercayaan (X1)	,254	,051	,290	5,018	,000
	Kemudahan (X2)	,329	,053	,400	6,203	,000
	Manfaat (X3)	,335	,060	,345	5,551	,000

a. Dependent Variable: Budaya Belanja (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

1. Uji t parsial variabel bebas Kepercayaan, diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,018 >  $t_{tabel}$  1,98498, dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan dengan Budaya Belanja



2. Uji t parsial variabel bebas Kemudahan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,203 >  $t_{tabel}$  1,98498, dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan dengan Budaya Belanja
3. Uji t parsial variabel bebas Manfaat, diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,551 >  $t_{tabel}$  1,98498, dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Manfaat dengan Budaya Belanja.

### 11 Uji Simultan (Uji F)

Uji F merupakan Uji yang dilakukan untuk menunjukkan apakah variabel bebas (X) secara bersama sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 5. Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41,475	3	13,825	152,817	,000 <sup>a</sup>
	Residual	8,685	96	,090		
	Total	50,160	99			

- a. Predictors: (Constant), Manfaat (X3), Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2)  
 b. Dependent Variable: Budaya Belanja (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

$$F_{hitung} = 152,817$$

$$F_{tabel} = 2,70$$

Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau 152,817 > 2,70, dengan signifikansi 0,000. Dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_a$  diterima ( $H_o$  ditolak) yang berarti bahwa Variabel Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat memiliki dampak yang signifikan terhadap Budaya Belanja Individu.

### 18 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi merupakan suatu indikator yang digunakan untuk menggambarkan seberapa banyak variasi yang dijelaskan dalam model.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,909 <sup>a</sup>	,827	,821	,301

- a. Predictors: (Constant), Manfaat (X3), Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Nilai R Square sebesar 0,827 atau 82,7 persen seperti yang terlihat pada tabel di atas, menunjukkan bahwa Kepercayaan, kemudahan dan manfaat dompet digital memiliki pengaruh sebesar 82,7 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel permintaan lain. Berdasarkan Hasil perhitungan pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa Dompet Digital berpengaruh terhadap budaya belanja individu, seperti pengujian yang dilakukan kepercayaan, kemudahan dan manfaat dari dompet digital menarik pengguna untuk melakukan transaksi dengan dompet digital. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu Dompet digital mudah untuk digunakan, proses

transaksi lebih cepat dan efisien serta berbagai promo yang ditawarkan dalam dompet digital menarik minat masyarakat dalam bertransaksi belanja sehingga melahirkan budaya belanja yang konsumtif. Akan tetapi dengan perilaku konsumtif yang ada, menjadikan masyarakat menjadi boros dan tidak dapat menabung uang mereka untuk keperluan yang mendesak.

### Pengaruh Konsumsi Masyarakat Terhadap Sistem Transaksi Non Tunai

Sistem kemajuan teknologi memberikan segala kemudahan terutama dalam proses transaksi, konsumen baik kelas menengah maupun kelas atas terpengaruh oleh kemudahan berupa sistem transaksi dompet digital. Selain itu perkembangan perusahaan Fintech yang ada di Indonesia membuat berbagai pembaharuan sistem digital keuangan sehingga mudah bertransaksi tanpa harus keluar rumah ke mesin ATM yang membuat ketika konsumen memutuskan untuk berfikir dalam melakukan pembelian/ bertransaksi menjadi lebih cepat. Sehingga membuat uang yang ada dalam Dompet Digital yang di isi, tersimpan dan dikeluarkan lebih sering dan berulang siklus tersebut, sehingga melahirkan budaya belanja yang konsumtif dan boros.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Variabel Kepercayaan, diperoleh  $t$  hitung sebesar 5,01<sup>2</sup> >  $t$  tabel 1,98498, dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan dengan Budaya Belanja. Variabel Kemudahan diperoleh  $t$  hitung sebesar 6,203<sup>3</sup> >  $t$  tabel 1,98498, dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Kemudahan dengan Budaya Belanja. Variabel Manfaat, diperoleh  $t$  hitung sebesar 5,51<sup>5</sup> >  $t$  tabel 1,98498, dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian  $H_a$  diterima  $H_o$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Manfaat dengan Budaya Belanja.

### Saran

Budaya belanja memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap dompet digital (Kepercayaan, kemudahan, dan manfaat) individu di Kota Medan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N Jasin,dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran : Konsep dan Praktek (Edisi 1)*. Medan : Perdana Publishing
- Bintarto,E. (2018). *Fintech dan Cashless society: sebuah revolusi mendongkrak Ekonomi Kerakyatan*. Call For Essay (PP. 1-77)
- Juliadi, dkk. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*. Medan : UMSU Press
- Laela Nur Jannah. (2022). *Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Penggunaan Dompet Digital di Indonesia*. Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen dan Akuntansi (JISMA). vol 1 April 2022
- Maida. (2019). *Pengaruh E-money Terhadap Budaya Belanja Individu*. VISIONER, 1 (2 Oktober) hal 180 - 189.
- Margareta Sherly. (2022). *Teknologi Keuangan Anak Muda*. Jakarta : SCU Knowledge Media
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016. *Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Pasal 1 Ayat 7*
- Rifa'ah. (2019). *Fenomena Cashless Society di Era Milineal Dalam Perspektif Al Musthofa*. Jurnal Of Sharia Economics

- Setiadi. (2019). *Perilaku konsumen perspektif Kontemporer pada motif, tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenamedia Group
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sulistyawati,dkk. (2019). *Pengaruh Budaya Generasi Milineal Terhadap Pemilihan Ruang pada Pusat Belanja (Studi Kasus Mall Living World Alam Sutera Tangerang)*.
- Sulistyawati, R. (2020). *Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital*. ISUQUANT Jurnal Ekonomi, manajemen, akuntansi 4(1). 12 -34
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam pemasaran*. Bogor : Ghaila Indonesia
- Veronica S Moerti. (2011). *Manfaat Non Tunai dan Distribusi Kesejahteraan Ekonomi*. Tim Callan Claire Keane
- Wijaya & Mulyana. (2018). *Perencanaan E-payment System Pada E-wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Internet*. Komputika : Jurnal Sistem Komputer.

# Pengaruh Dompert Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan

## ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1 Submitted to IAIN Bengkulu 3%  
Student Paper

2 eprints.universitasputrabangsa.ac.id 2%  
Internet Source

3 id.123dok.com 2%  
Internet Source

4 Sri Aderafika Sani, Maryam Batubara, Purnama Ramadani Silalahi, Rima Rizki Syahputri, Vega Liana. "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022 2%  
Publication

5 ummaspul.e-journal.id 1%  
Internet Source

6 e-journal.sari-mutiara.ac.id 1%  
Internet Source

dspace.uii.ac.id

7	Internet Source	1 %
8	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1 %
9	repository.unpas.ac.id Internet Source	1 %
10	www.researchgate.net Internet Source	1 %
11	eprints.uny.ac.id Internet Source	1 %
12	www.hsbc.co.id Internet Source	1 %
13	Suhatman Suhatman, Meri Rahmania Sari, Patria Nagara, Nasfi Nasfi. "Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Pariaman di Toko Online Shopee", Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Ekonomi, 2020 Publication	1 %
14	digilib.uns.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
16	repository.uhn.ac.id Internet Source	1 %

17	<a href="http://jurnal.polban.ac.id">jurnal.polban.ac.id</a> Internet Source	1 %
18	<a href="http://stp-mataram.e-journal.id">stp-mataram.e-journal.id</a> Internet Source	1 %
19	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://ojs.mputantular.ac.id">ojs.mputantular.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://journal.upgris.ac.id">journal.upgris.ac.id</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://www.jptam.org">www.jptam.org</a> Internet Source	<1 %
23	Submitted to Cedar Valley College Student Paper	<1 %
24	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	<1 %
25	<a href="http://iopscience.iop.org">iopscience.iop.org</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://jimfeb.ub.ac.id">jimfeb.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
28	<a href="http://maesamaziah.blogspot.com">maesamaziah.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 10 words

Exclude bibliography      On