

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN GAYA HIDUP DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN
BANYUMAS**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh:
LATIFAH CHOIRUNNISA
NIM. 2017202260**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Latifah Choirunnisa
NIM : 2017202260
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 14 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



Latifah Choirunnisa
NIM. 2017202260



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febl.uinsalzu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Yang disusun oleh Saudara **Latifah Choirunnisa** NIM 2017202260 Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 03 Juli 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200901 2 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.
NIP. 19930309 202321 2 043

Purwokerto, 3 Juli 2024

Mengesahkan

Dekan,



Dr. H. Jantol Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Latifah Choirunnisa NIM 2017202260 yang berjudul:

Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 14 Mei 2024

Pembimbing,



Akhris Fuadatis Sholikhah, S.E., M.Si
NIDN. 2009039301

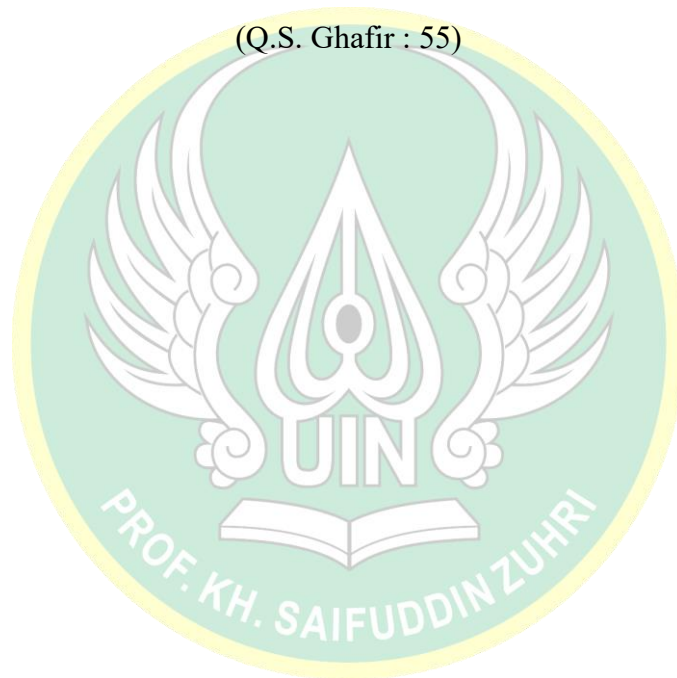
MOTTO

Bahwa masih ada harapan di setiap hembusan nafas seseorang yang mempunyai
doa dan usaha.

فَأَصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ

“Maka bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah itu benar”

(Q.S. Ghafir : 55)



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN GAYA HIDUP DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN
BANYUMAS**

Latifah Choirunnisa

2017202260

E-mail : latifahchoirunnisa50@gmail.com

**Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi membawa berbagai inovasi, salah satunya adalah teknologi keuangan yang dikenal dengan *Financial Technology* (Fintech). *Fintech* merupakan layanan keuangan digital yang populer dan mengalami perkembangan yang signifikan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan ShopeePay sebagai objek penelitian. Penelitian dilatar belakangi oleh dilihat dari segi nilai dan jumlah pengguna, ShopeePay termasuk dalam dompet digital dengan pengguna terbanyak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup digital terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Banyumas.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z di kabupaten Banyumas, dengan sampel penelitian generasi Z yang menggunakan ShopeePay sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) dan wawancara. Adapun analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay dengan nilai $sig < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel 1,984. Sedangkan secara simultan variabel literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup digital berpengaruh terhadap keputusan menggunakan ShopeePay sebesar 47,3% sementara sisanya 52,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan atau menggunakan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup Digital, Keputusan Menggunakan

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, EASE OF USE AND DIGITAL LIFESTYLE ON THE DECISION TO USE SHOPEEPAY IN GENERATION Z IN BANYUMAS DISTRICT

Latifah Choirunnisa

2017202260

E-mail : latifahchoirunnisa50@gmail.com

Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Technological growth brings various innovations, one of which is financial technology known as Financial Technology (Fintech). Fintech is a digital financial service that is popular and experiencing significant development in Indonesia. This research uses ShopeePay as the research object. The research is based on the fact that in terms of value and number of users, ShopeePay is included in the digital wallet with the most users. The aim of this research is to determine the influence of financial literacy, ease of use and digital lifestyle on the decision to use ShopeePay among generation Z in Banyumas district.

This research uses quantitative research methods. The population in this study is generation Z in Banyumas district, with a research sample of generation Z who use ShopeePay of 100 respondents. Sampling was taken using purposive sampling technique. The data collection technique in this research uses a questionnaire and interview. The analysis used in this research is multiple linear regression.

The research results show that partially the variables financial literacy, ease of use, and digital lifestyle have a positive and significant effect on the decision to use ShopeePay with a sig value < 0.05 and the calculated t value $> t$ table 1.984. Meanwhile, simultaneously the variables financial literacy, ease of use and digital lifestyle influence the decision to use ShopeePay by 47.3% while the remaining 52.7% is influenced by other variables outside this research. Future researchers are expected to add or use other variables that have not been used in this research.

Keywords : Financial Literacy, Ease of Use, Digital Lifestyle, Decision to Use

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543 b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>sa</i>	S	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ha</i>	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Zal</i>	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>sad</i>	S	es (dengan garis di bawah)
ض	<i>d'ad</i>	D	de (dengan garis di bawah)
ط	<i>Ta</i>	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	<i>za</i>	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	<i>'ain</i>	'	koma terbalik ke atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	'el
م	<i>Mim</i>	M	'em
ن	<i>Nun</i>	N	'en
و	<i>Waw</i>	W	W
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah'</i>	''	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عِدَّة	Ditulis	'iddah
--------	---------	--------

C. Ta Marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak dapat diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta"marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau aksrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	Zakat al-fitr
------------	---------	---------------

D. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

E. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	Jahiliyah
2.	Fathah + ya"mati	ditulis	A
	تانس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya"mati	ditulis	I
	كريم	ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	ditulis	Furud

F. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya"mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a"antum
أعدت	Ditulis	u"iddat

H. Kata sidang alif +lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah

القياس	Ditulis	<i>Al-qiyas</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
--------	---------	-----------------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوالفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
----------	---------	----------------------



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan Shopeepay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya yang membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak do'a, dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Achmad Fatoni dan Ibu Peni Suryanti. Terimakasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang selalu diberikan. Semoga selalu diberikan perlindungan dan keberkahan oleh Allah SWT.
10. Teman seperjuangan diperkuliahan, Sofiyatun Mubarakah, Lina Rizqi Amelia, dan Citra Alya Ayunnisa. Terimakasih sudah banyak membantu tanpa ada rasa bersaing. Semoga selalu diberikan kemudahan dalam meraih keuskksesan.
11. Mahasiswa PS F dengan NIM 2017202263. Terimakasih sudah selalu ada, tempat berkeluh kesah, dan memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman Perbankan Syariah F angkatan 2020. Terimakasih atas kebersamaannya selama diperkuliahan.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
14. Terakhir, teruntuk diri sendiri. Terimakasih sudah bertahan dan berjuang untuk melawan overthingking dan rasa malas sehingga bisa sampai di titik ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahmat serta Ridho kepada semua pihak yang telah memberi dukungan. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk skripsi ini menjadi lebih baik.

Purwokerto, 14 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



Latifah Choirunnisa
NIM. 2017202260

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Jumlah Pengguna Dompot Digital

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Kerangka Berfikir

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian

Tabel 3.2 Skala Likert

Tabel 4.1 Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Banyumas

Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 6.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 6.2 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 6.3 Hasil Uji Normalitas

Tabel 6.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 6.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6.7 Hasil Uji T

Tabel 6.8 Hasil Uji F

Tabel 6.9 Hasil Koefisien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna E-wallet Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Gambar 1.2 Alasan Penggunaan E-wallet Pada Generasi Z di Kabupaten
Banyumas

Gambar 1.3 Kegunaan Menggunakan E-wallet Pada Generasi Z di Kabupaten
Banyumas

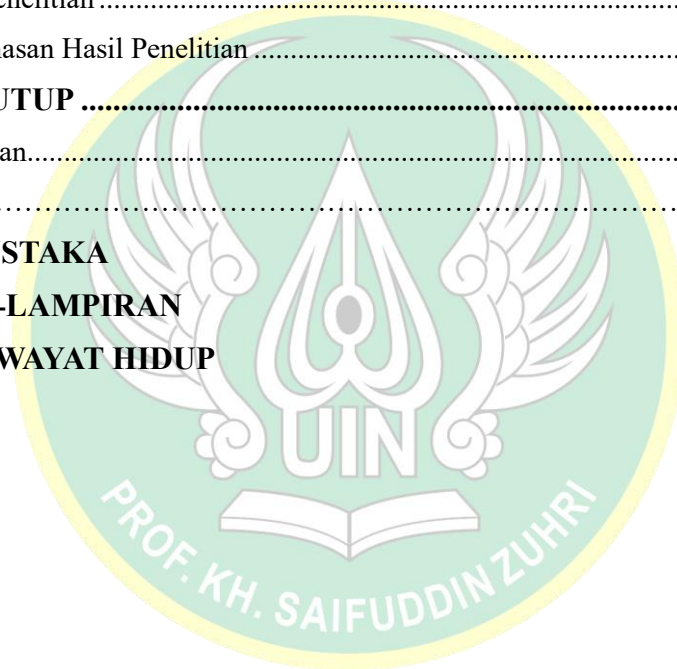
Gambar 2.1 Peta Kabupaten Banyumas



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR ISI	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Teori.....	11
1. Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	11
2. Literasi Keuangan	12
3. Kemudahan Penggunaan.....	14
4. Gaya Hidup Digital	16
5. Keputusan Menggunakan Shopeepay	17
B. Kajian Pustaka	20
1. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kajian Teologis	23
1. Literasi Keuangan	23
2. Kemudahan Penggunaan.....	24
3. Gaya Hidup Digital	26
4. Keputusan Menggunakan.....	27
D. Kerangka Berfikir	28
E. Rumusan Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel Penelitian	31
D. Variabel dan Indikator Penelitian	32
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Metode Analisis Data	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Kabupaten Banyumas.....	40
B. Karakteristik Responden	42
C. Hasil Penelitian	43
D. Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, peran teknologi menjadi sangat penting dalam memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas sehari-hari. Perkembangan teknologi terus berkembang pesat, sehingga mampu menciptakan berbagai inovasi yang dapat mempermudah pengguna layanan digital dan akses terhadap berbagai informasi. Dalam penggunaan teknologi digital, umumnya memerlukan akses internet. Pada masa modern saat ini internet menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting, di mana banyak masyarakat yang memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dan sumber informasi (Hikmat, 2022). Internet dapat dengan mudah diakses melalui *smartphone*, sehingga jumlah pengguna *smartphone* terus meningkat setiap tahunnya (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Selain itu, *smartphone* kini telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat, di mana sebagian besar masyarakat menggunakan *smartphone* untuk berbagai keperluan seperti mencari informasi atau berkomunikasi.

Pertumbuhan teknologi membawa berbagai inovasi, salah satunya adalah teknologi keuangan yang dikenal dengan *Financial Technology* (Fintech). *Fintech* merupakan layanan keuangan digital yang populer dan mengalami perkembangan yang signifikan di Indonesia. Dengan hadirnya sektor *fintech*, pemerintah memiliki harapan besar kepada masyarakat untuk mendorong dan meningkatkan jumlah penggunaan layanan keuangan digital (Wibowo, 2016). Di Indonesia, pembangunan infrastruktur fisik dan digital telah diupayakan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat, khususnya dalam hal bertransaksi. Gagasan ini telah mendorong pelaku usaha untuk terus mengembangkan inovasi, terutama dalam pemanfaatan *fintech* untuk mendukung aktivitas usaha masyarakat (Mawardani & Dwijayanti, 2021).

Sebagian besar orang saat ini memilih menggunakan alat pembayaran digital saat bertransaksi, baik secara online maupun offline. Alasan utama menggunakan pembayaran digital adalah kemudahan dan efisiensi yang dianggap lebih unggul dibandingkan dengan menggunakan uang *cash*. Hal ini menciptakan kecenderungan seseorang untuk melakukan transaksi non tunai (*cashless*). Beberapa macam metode pembayaran *cashless* yaitu seperti kartu debit, e-money, e-wallet, maupun kredit online. Pada awalnya, banyak orang merasa ragu untuk menggunakan metode pembayaran secara *cashless* karena pertimbangan keamanan, kenyamanan, dan prosesnya yang relatif mudah (Sari & Devi, 2023). Namun, seiring perkembangan zaman, banyak orang yang beralih dan mulai menggunakan *cashless* karena dianggap lebih praktis dibandingkan transaksi menggunakan uang *cash*.

Sejak pandemi Covid-19, di mana masyarakat diharuskan untuk melakukan aktivitas dari jarak jauh (*social distancing*) termasuk dalam bertransaksi, dari sinilah pertumbuhan penggunaan transaksi *cashless* terus mengalami peningkatan. Salah satu solusi keuangan selama pandemi adalah penggunaan dompet digital atau e-wallet. Berbagai jenis aplikasi dompet digital seperti ShopeePay, Gopay, Dana, dan Ovo di Indonesia memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi pembayaran, menyimpan dana, atau mentransfer uang kepada pengguna lain. Dengan berbagai kegunaan tersebut, dompet digital telah menjadi solusi atas kebutuhan finansial selama masa pandemi hingga saat ini.

Pada akhir tahun 2018, Shopee berhasil memperoleh izin dompet digital dari Bank Indonesia, yang kemudian diberi nama ShopeePay. ShopeePay merupakan fitur pada platform Shopee yang berfungsi sebagai metode pembayaran virtual, dengan tujuan untuk meningkatkan keamanan data konsumen selama proses transaksi. Dilihat dari segi nilai dan jumlah pengguna, ShopeePay termasuk dalam dompet digital dengan pengguna terbanyak melampaui OVO, Gopay, dan Dana (Alenda et al, 2021).

Tabel 1.1
Daftar Jumlah Pengguna Dompot Digital

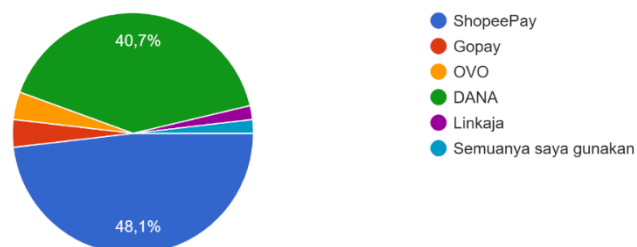
Dompot Digital	Jumlah Pengguna
Shopeepay	68%
OVO	56%
Gopay	56%
DANA	42%

Sumber: Hasil Survei Snapcart dan MarkPlus

Shopeepay menjadi dompet digital yang populer karena memiliki beberapa keunggulan. Salah satu keunggulan pada Shopeepay adalah aktif menawarkan promosi dan diskon, hal ini berhasil menarik perhatian pengguna, khususnya generasi muda dari berbagai kalangan (Steffie & Kusnawan, 2023). Kalangan generasi Z dikenal sebagai generasi yang mengikuti perkembangan teknologi, serta memiliki pemahaman teknologi yang baik dan mengutamakan faktor kepraktisan dalam penggunaannya. Oleh karena itu, banyak dari generasi Z memilih menggunakan dompet digital yang paling menguntungkan mereka.

Survei pendahuluan telah dilakukan kepada generasi Z di Kabupaten Banyumas untuk mengetahui preferensi penggunaan produk e-wallet. Survei ini melibatkan 54 responden, dan hasilnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 1.1
Pengguna E-wallet Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas



Sumber: Hasil Survei Pendahuluan

Dari hasil survei dapat disimpulkan bahwa sebagian besar generasi Z di Kabupaten Banyumas adalah pengguna Shopeepay (48,1%). Sementara itu, sebanyak (40,7%) menggunakan DANA, (3,8%) menggunakan Gopay, (3,7%) menggunakan OVO, dan (1,9%) menggunakan Linkaja. Dari berbagai jenis dompet digital yang tersedia, pengguna memiliki keputusan untuk menggunakan salah satu di antara berbagai pilihan sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi (Safira & Susanti, 2020).

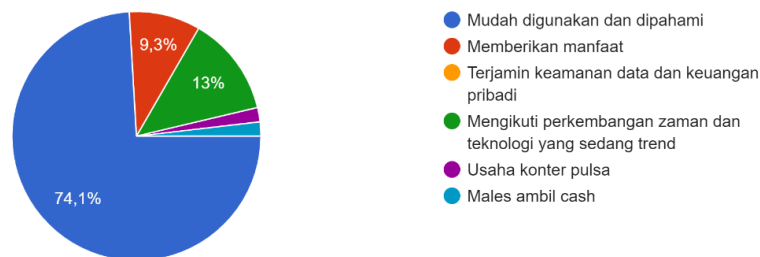
Pemanfaatan produk dan layanan *fintech* secara optimal, penting bagi setiap orang memiliki literasi keuangan yang memadai. Setiap orang perlu memiliki kemampuan untuk mengelola keuangannya, tidak hanya mengelola keuangan yang sudah ada, tetapi juga melalui proses perencanaan untuk memperoleh keuangan dengan tujuan keuangannya dapat terkelola secara efektif. Pengetahuan dan kemampuan untuk dapat mengelola keuangan bisa dikenal dengan istilah literasi keuangan (Shafrani, 2017). Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif (Huston, 2007). Hal ini mencerminkan bahwa literasi keuangan yang baik dapat mendorong penerimaan dan penggunaan teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Sari & Devi (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Gopay, berbeda dengan hasil penelitian Safira, M. E & Susanti, S (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa prodi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya.

Pengembangan literasi keuangan merupakan langkah yang strategis untuk mendukung pemerintah dalam mencapai rencana nasional. Tujuan dari rencana pengembangan literasi keuangan adalah untuk memperluas pengetahuan, pemahaman, dan partisipasi masyarakat dalam menggunakan produk dan layanan jasa keuangan. Selain itu, pembangunan literasi keuangan juga bertujuan agar seluruh kalangan masyarakat memahami lembaga keuangan, produk layanan keuangan, termasuk manfaat, fungsi,

resiko, hak, dan kewajiban yang berkaitan dengan produk dan layanan keuangan (Ayuningrum & Sadiyah, 2022).

Hasil dari Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 menunjukkan perkembangan positif, dengan indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 49,68%, meningkat secara signifikan dari angka 38,03% pada tahun 2019. Meskipun telah terjadi peningkatan, angka tersebut masih dinilai relatif rendah. Hal ini mencerminkan bahwa secara umum, masyarakat Indonesia belum sepenuhnya memahami karakteristik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan. Padahal, literasi keuangan memiliki peran penting dalam memberdayakan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan individu, melindungi konsumen, dan meningkatkan inklusi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan).

Gambar 1.2
Alasan Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas



Sumber: Hasil Survei Pendahuluan

Gambar 2.2 menunjukkan bahwa mayoritas generasi Z menggunakan Shopeepay karena mereka merasakan kemudahan dalam penggunaan e-wallet. Persepsi kemudahan merupakan faktor penentu dalam menggunakan teknologi berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1986), sebagai model penerimaan teknologi informasi oleh para pengguna. Model ini dikembangkan sebagai adaptasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA) dan dianggap sebagai salah satu model yang paling berpengaruh dan umum

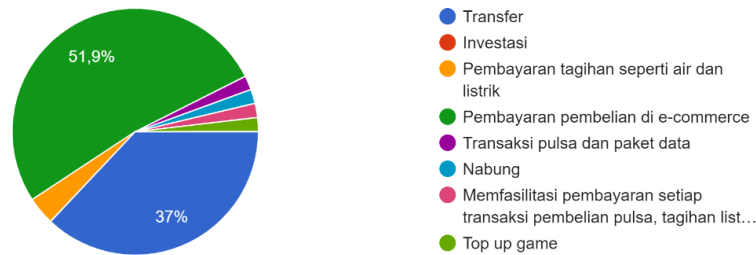
digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan sistem teknologi informasi.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu bentuk kepercayaan yang memengaruhi pengambilan keputusan. Kemudahan penggunaan mengarah pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem akan dilakukan tanpa usaha yang besar (Davis, 1989). E-wallet memiliki kemampuan untuk memudahkan dan mempercepat proses pekerjaan, sesuai dengan preferensi pengguna yang menginginkan transaksi yang mudah, cepat, dan nyaman. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa jika Shopeepay mudah digunakan, maka pengguna lebih cenderung untuk terus menggunakannya. Sebaliknya, jika Shopeepay sulit digunakan, maka pengguna enggan untuk menggunakannya kembali. Hasil penelitian Susanti & Susanti (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*, berbeda dengan hasil penelitian Ernawati & Noersanti (2021) menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat penggunaan pada aplikasi OVO di Jakarta Utara.

Selanjutnya, salah satu faktor dalam penggunaan Shopeepay adalah gaya hidup digital. Pada zaman sekarang menggunakan dompet digital telah menjadi gaya hidup terutama dikalangan generasi Z. Di Indonesia memiliki berbagai macam aplikasi dompet digital seperti Shopeepay, Ovo, Dana, dan Gopay yang telah meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi di *smartphone*. Perkembangan gaya hidup digital saat ini menempatkan internet sebagai yang utama dalam segala aktivitas. Hal tersebut yang menyebabkan gaya hidup seseorang berubah, seperti yang awalnya berbelanja harus datang ke toko, sekarang dengan adanya e-wallet dapat melakukan transaksi secara online. Dibuktikan dari hasil survei pada gambar 3.2 bahwa sebagian pengguna menggunakan e-wallet yaitu untuk transaksi pembelian di *e-commerce*. Hal ini yang menyebabkan gaya hidup

generasi Z cenderung berperilaku *overspending* karena kemudahan bertransaksi saat berbelanja online.

Gambar 1.3
Kegunaan Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas



Sumber: Hasil Survei Pendahuluan

Menurut (Kusnandar et al, 2022), preferensi generasi Z terhadap dompet digital utamanya dipengaruhi oleh proses yang sederhana. Hal ini sejalan dengan gaya hidup generasi Z yang cenderung simpel. Untuk menganalisis perilaku generasi Z, gaya hidup digital memegang peran penting di mana keputusan penggunaan Shopeepay dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu dalam gaya hidup mereka (Wardoyo & Andini, 2017). Hasil penelitian Prena et al (2023) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopeepay, berbeda dengan hasil penelitian Damayanti & Canggih (2021) menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi Shopee Paylater pada generasi milenial Islam di Surabaya.

Penelitian dengan tema yang sama telah dilakukan oleh Safira & Susanti (2020), yang meneliti tentang variabel pengaruh literasi keuangan, promosi uang elektronik, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa prodi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya dengan hasil penelitian bahwa literasi keuangan, promosi uang elektronik, dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yasi Pralytha et al (2023), dalam penelitiannya menggunakan variabel pengaruh gaya hidup,

kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi terhadap keputusan penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Madiun dengan hasil penelitian bahwa gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh signifikan. Selanjutnya penelitian oleh Prena et al (2023), dalam penelitiannya menggunakan variabel pengaruh kemudahan penggunaan, gaya hidup digital, persepsi keamanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan Shopeepay pada milenial dengan hasil penelitian bahwa kemudahan penggunaan, gaya hidup digital, persepsi keamanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan diatas, terdapat berbagai faktor penggunaan dompet digital (e-wallet). Pada penelitian ini peneliti menggunakan faktor literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital sebagai variabel independen dan keputusan menggunakan sebagai variabel dependen. Sebagai subjek pada penelitian ini adalah generasi Z pengguna Shopeepay di Kabupaten Banyumas.

Berdasarkan *gap research* dan kebaruan (*novelty*) penelitian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN GAYA HIDUP DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN BANYUMAS”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay?
- 2) Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay?
- 3) Apakah gaya hidup digital berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay?

- 4) Apakah literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay.
- 2) Untuk menganalisis apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay.
- 3) Untuk menganalisis apakah gaya hidup digital berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay.
- 4) Untuk menganalisis apakah literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Manfaat Teoritis
 - Penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak referensi mengenai pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital terhadap keputusan menggunakan Shopeepay.
 - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman peran Shopeepay pada masyarakat.
 - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan Shopeepay.

b) Manfaat Praktisi

- Penelitian ini diharapkan perusahaan *fintech* khususnya ShopeePAY dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk meningkatkan fitur platform.
- Penelitian ini diharapkan masyarakat dapat lebih baik dalam mengelola keuangan ketika menggunakan layanan dompet digital.

D. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran secara umum untuk memberikan pola pemikiran skripsi yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang kajian pustaka dalam teori-teori mengenai pengaruh literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup digital terhadap keputusan menggunakan ShopeePAY.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel dan indikator, sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pemaparan hasil dan pembahasan yang telah diteliti, berupa data berkenaan dengan variabel yang diteliti secara objektif tanpa campuran dengan opini penulis.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang menjelaskan secara ringkas tentang hasil penelitian dan saran berisi masukan dari peneliti.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis dan dikembangkan pada tahun 1989. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Sebagai model yang dikembangkan untuk memahami penerimaan teknologi oleh individu, TAM menjelaskan bagaimana individu dapat menerima dan menggunakan teknologi informasi. Penentu utama dalam TAM ada dua, yaitu *perceived usefulness* (Persepsi Manfaat) dan *perceived easy of use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan). Kedua penentu tersebut menyebabkan pengguna dapat menggunakan suatu sistem informasi.

Terdapat beberapa kelebihan TAM yang di paparkan oleh Pratiwi et al (2020) diantaranya: (1) TAM menjadi alternatif jawaban ketika sebuah *system* tidak bisa menjawab kebutuhan *user*, sehingga *user* kehilangan minat terhadap *system* informasi yang digunakan, (2) TAM hadir dengan tujuan menjadi dasar teori yang kuat, (3) TAM lolos dari banyak uji riset dengan kesimpulan bahwa TAM termasuk dalam kategori yang berdampak positif, dan (4) TAM menjadi model yang memiliki tampilan sederhana namun valid.

Teori TAM erat kaitannya dengan keputusan menggunakan Shopeepay. Keputusan menggunakan Shopeepay dapat dipengaruhi oleh faktor literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital. Literasi keuangan dapat mempengaruhi persepsi seseorang tentang seberapa berguna suatu teknologi finansial. Seseorang dengan literasi keuangan yang tinggi akan lebih mampu memahami manfaat dari penggunaan teknologi pembayaran digital, yang pada akhirnya

mempengaruhi keputusan penggunaan untuk mengadopsi ShopeePay. Selanjutnya dalam teori TAM kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna maka akan meningkatkan kemungkinan Gen Z menggunakan ShopeePay secara berkelanjutan. Generasi Z dengan gaya hidup digital cenderung lebih paham dengan teknologi dan berbagai manfaatnya. Mereka mungkin lebih cepat mengenali keuntungan menggunakan suatu teknologi yang kemudian akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan ShopeePay.

2. Literasi Keuangan

a. Definisi Literasi Keuangan

Definisi literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2019), diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang berdampak pada sikap dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan, dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat.

Menurut Morgan & Trinh (2019), literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk mengetahui dan memahami persepsi serta risiko keuangan, keterampilan, dan keyakinan diri untuk membuat keputusan yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan finansial pribadi.

Sedangkan menurut Ismanto et al (2019), menyatakan definisi literasi keuangan adalah modal bagi individu yang terdiri dari pengetahuan dan kemampuan yang dapat diimplementasikan dalam aktivitas keuangan yang berpengaruh pada perilaku dan kesejahteraan keuangan.

b. Tingkat Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan membagi tingkat literasi keuangan dibagi menjadi empat tingkatan, yaitu:

1) *Well Literate*

Seseorang mempunyai pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban mengenai produk dan layanan keuangan, serta memiliki keterampilan untuk menggunakan produk dan layanan keuangan.

2) *Suff Literate*

Seseorang mempunyai pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban mengenai produk dan layanan keuangan.

3) *Less Literate*

Seseorang hanya mempunyai pengetahuan terhadap lembaga jasa keuangan, produk, dan layanan keuangan.

4) *Not Literate*

Seseorang tidak mempunyai pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban mengenai produk dan layanan keuangan, serta tidak memiliki keterampilan untuk menggunakan produk dan layanan keuangan.

c. Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan mencakup beberapa dimensi keuangan yang penting untuk dipahami oleh setiap individu. Chen dan Volpe (1998) mengemukakan bahwa terdapat empat indikator dalam literasi keuangan, yaitu:

a) Pengetahuan Keuangan Dasar (*Basic Financial Knowledge*)

Dalam mengelola keuangan pribadi, seseorang wajib untuk memahami dasar pengetahuan tentang *personal finance* yang digunakan dalam mengambil keputusan dan pengelolaan keuangan secara efektif. Mencakup pengeluaran, pendapatan, asset, hutang, ekuitas, dan risiko.

b) Tabungan dan Pinjaman (*Saving and Brrowing*)

Tabungan merupakan sejumlah uang yang disimpan untuk kebutuhan di masa depan. Seseorang yang memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan pengeluarannya akan cenderung menyimpan sisa uangnya tersebut untuk kebutuhan di masa depan. Sedangkan pinjaman atau kredit merupakan pemenuhan uang berdasarkan kesepakatan antara peminjam dan pemberi pinjaman dengan jangka waktu dan bunga tertentu.

c) Asuransi (*Insurance*)

Asuransi merupakan suatu bentuk perlindungan dengan perjanjian dua belah pihak untuk mendapatkan pertanggung jawaban apabila terjadi hal yang tidak terduga seperti kematian, kehilangan, kecelakaan, atau kerusakan.

d) Investasi (*Investation*)

Investasi merupakan suatu bentuk kegiatan penanaman dana atau asset dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di waktu yang akan datang. Bentuk investasi bisa berupa asset rill (properti atau emas), asset keuangan (saham, deposito, obligasi, dan asset keuangan lainnya), dan lain-lain.

3. Kemudahan Penggunaan

a. Definisi Kemudahan Penggunaan

Definisi kemudahan penggunaan menurut Ayuningrum & Sadiyah (2022), kemudahan merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk dapat menggunakannya. Jika suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

Sedangkan menurut Ernawati, N & Noersanti, L (2021) persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem

merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan

Menurut Ayuningrum & Sadiyah (2022), kemudahan dalam penggunaan teknologi di pengaruhi beberapa faktor:

- a) Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam pemanfaatannya.
- b) Faktor kedua adalah reputasi teknologi yang diperoleh dari penggunanya. Citra positif yang didengar oleh pengguna akan memperkuat keyakinan mereka terhadap kemanfaatan teknologi tersebut.
- c) Faktor ketiga melibatkan ketersediaan mekanisme pendukung yang andal. Keberadaan mekanisme pendukung yang dapat diandalkan akan memberikan kenyamanan dan keyakinan kepada pengguna, sehingga mereka yakin bahwa ada dukungan yang handal jika menghadapi kesulitan dalam menggunakan teknologi.

c. Indikator Kemudahan Menggunakan

Indikator yang dapat digunakan dalam pengukuran terhadap persepsi kemudahan menurut Davis (2019), yaitu:

- a) Mudah dipelajari (*Easy to Learn*)

Persepsi pengguna terhadap tingkat kesulitan atau kompleksitas dalam memahami dan menguasai penggunaan

suatu sistem teknologi. Penggunaan suatu teknologi dapat dipelajari dengan cepat dan dengan usaha yang tidak terlalu besar.

b) Dapat dikontrol (*Controllable*)

Persepsi pengguna tentang sejauh mana mereka merasa memiliki control atau kekuasaan atas penggunaan suatu teknologi. Keyakinan pengguna bahwa mereka dapat mengendalikan dan mengelola teknologi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

c) Fleksibel (*Flexible*)

Pengguna percaya bahwa suatu teknologi atau sistem dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pribadi mereka. Kemampuan untuk menyesuaikan fungsionalitas atau fitur sistem agar sesuai dengan keinginan atau tuntutan pengguna.

d) Mudah digunakan (*Easy to Use*)

Persepsi pengguna tentang sejauh mana suatu teknologi dianggap sederhana dan tidak memerlukan usaha yang besar dalam penggunaannya.

e) Jelas dan dapat dipahami (*Clear and Understandable*)

Pengguna percaya bahwa fungsi, fitur, dan tata cara penggunaan suatu teknologi dapat dipahami dengan mudah tanpa adanya kebingungan.

4. Gaya Hidup Digital

a. Definisi Gaya Hidup Digital

Definisi gaya hidup menurut Yasi Pralytha et al (2023), secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (keterkaitan), dan apa

yang dipikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).

Menurut Kotler & Kaller (2011), gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan dalam berinteraksi dengan lingkungan yang diekspresikan melalui kegiatan, minat, dan pendapat dengan dukungan teknologi.

b. Indikator Gaya Hidup Digital

Indikator gaya hidup menurut Mandey (2009), tiap individu memiliki gaya hidup yang tidak tetap dan akan berubah, Adapun tiga indikator gaya hidup digital, yaitu:

a) Kegiatan (*Activity*)

Apakah yang dilakukan konsumen berhubungan dengan produk yang dibeli atau akan dipakainya, aktivitas apakah yang dilakukan untuk memanfaatkan waktu luangnya. Meskipun aktivitas ini umumnya bisa teramati, namun alasan dari tindakan tersebut jarang diukur secara langsung.

b) Minat (*Interst*)

Apakah yang menarik bagi konsumen berhubungan dengan produk untuk mewujudkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Interest bisa berbentuk kesenangan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen.

c) Opini (*Opinion*)

Pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain.

5. Keputusan Menggunakan Shopeepay

a. Definisi Keputusan Menggunakan

Landasan teori variabel keputusan menggunakan pada penelitian ini disamakan dengan teori mengenai keputusan pembelian. Menurut

Peter dan Olson (2013), keputusan menggunakan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.

Sedangkan menurut Wildan (2019), keputusan menggunakan merupakan sebutan lain untuk keputusan pemakaian yang merupakan bagian dari perilaku konsumen. Definisi dari perilaku konsumen merupakan tingkahlaku seseorang yang terlibat langsung dalam mengevaluasi, memakai, serta menentukan sesuatu yang digunakan. Keputusan untuk menggunakan e-wallet dapat disertai dengan minat seseorang menggunakan e-wallet sebagai proses transaksi sehingga seseorang akan terus menerus mencoba dan menggunakan sampai menemukan yang diinginkan.

b. Proses Keputusan Menggunakan

Menurut Kotler & Keller (2011), proses keputusan menggunakan melalui lima tahap sebagai berikut:

1) Pengenalan Masalah

Proses penggunaan dimulai ketika konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh faktor internal atau eksternal.

2) Pencarian Informasi

Setiap sumber informasi melaksanakan fungsi yang berbeda dalam mempengaruhi keputusan penggunaan. Melalui pengumpulan informasi, konsumen mempelajari merek pesaing dan fitur mereka.

3) Penilaian Alternatif

Beberapa konsep dasar untuk memahami proses penilaian. Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah

kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan. Melalui pengalaman dan pembelajaran, masyarakat mendapatkan keyakinan dan sikap. Selanjutnya, keyakinan dan sikap mempengaruhi perilaku konsumen.

4) Keputusan Menggunakan

Dalam tahap penilaian, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.

5) Perilaku Pasca Menggunakan

Setelah penggunaan, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

c. Indikator Keputusan Menggunakan

Indikator keputusan penggunaan menurut Kotler (2001), yaitu:

a) Kemantapan pada produk

Kualitas produk yang baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga nantinya bisa menjadi penunjang dalam kepuasan konsumen dalam produk itu sendiri.

b) Kebiasaan dalam menggunakan produk atau jasa

Pengulangan secara terus menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama dalam kurun waktu tertentu.

c) Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Merekomendasikan, mengajak, atau menganjurkan dalam pembelian produk tersebut kepada orang lain.

d) Melakukan penggunaan ulang

Seseorang akan melakukan pembelian ulang dalam produk yang ia beli karena merasa puas akan kualitas dari produk tersebut sehingga memutuskan untuk membeli lagi.

B. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa referensi dari jurnal terdahulu. Hal ini dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh dan menggali informasi yang lebih dalam dan detail tentang topik penelitian yang diteliti. Sebelum peneliti membahas lebih lanjut mengenai penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan Shopeepay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas”, peneliti menelusuri beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel tersebut, yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Marisa Eka Safira dan Susanti (2020), dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, promosi uang elektronik, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Melisa Tania Putri, Atika Jauharia Hatta, dan Cahyo Indraswono (2023), dengan judul “Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Risiko Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa di Yogyakarta”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, gaya hidup, literasi keuangan

dan risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa di Yogyakarta.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Christina Aprilia Sibuea, Helmina Handayani Simorangkir, Cintia Nababan, Tomi Irianto Nadapdap, Hamonangan Siallagan, dan Rizky Sipayung (2023), dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada masyarakat.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Gine Das Prena dan Ni Kadek Sri Gayatri Dewi (2023), dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, gaya hidup, persepsi keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan Shopeepay pada generasi milenial di kota Denpasar.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Sheldy Yasi Pralytha, Heny Sidanti, dan Hendra Setiawan (2023), dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet DANA”. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat di kota Madiun.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Marisa Eka Safira dan Susanti (2020), “Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik”	Literasi keuangan, promosi uang elektronik, dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya.	a. Terdapat variabel independen promosi uang elektronik. b. Subjek mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya yang menggunakan uang elektronik.
2.	Melisa Tania Putri, Atika Jauharria Hatta, dan Cahyo Indraswono (2023), “Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Risiko Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa di Yogyakarta”	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, gaya hidup, literasi keuangan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa di Yogyakarta.	a. Terdapat variabel independen persepsi manfaat, kepercayaan dan risiko. b. Subjek mahasiswa di Yogyakarta yang menggunakan QRIS.
3.	Christina Aprilia Sibuea, Helmina Handayani Simorangkir, Cintia Nababan, Tomi Irianto Nadapdap, Hamonangan Siallagan, dan Rizky Sipayung (2023), “Pengaruh Literasi Keuangan dan	Literasi keuangan dan kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada masyarakat.	a. Subjek masyarakat umum pengguna Shopeepay.

	Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital”		
4.	Gine Das Prena dan Ni Kadek Sri Gayatri Dewi (2023), “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay”	Kemudahan penggunaan, gaya hidup, persepsi keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan Shopeepay pada generasi milenial di kota Denpasar.	a. Terdapat variabel independen persepsi keamanan dan kepercayaan. b. Menggunakan variabel dependen minat menggunakan. c. Subjek generasi milenial di kota Denpasar.
5.	Sheldy Yasi Pralytha, Heny Sidanti dan Hendra Setiawan (2023), “Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet DANA”	Gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat di kota Madiun.	a. Terdapat variabel independen keamanan transaksi. b. Subjek masyarakat di kota Madiun yang menggunakan e-wallet DANA.

C. Kajian Teologis

1. Literasi Keuangan

Dalam agama Islam, literasi keuangan merupakan salah satu instrumen yang penting, Islam mengajarkan umatnya agar tidak menghambur-hamburkan hartanya secara berlebih-lebihan, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Isra ayat 26:

وَأَتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah menganjurkan kepada umat-Nya untuk mengelola keuangan dengan baik, serta memanfaatkan hartanya secara efisien dan tidak boros. Karena perilaku boros merupakan salah satu dari sifat syaitan dan hendaknya umat Islam menjauhi perilaku tersebut. Salah satu cara agar dapat menghindari perilaku boros yaitu dengan cara mempelajari liteasi keuangan dan mempraktikan dalam kehidupan sehari-hari. Allah berfirman dalam Surat Al-Isra ayat 27:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَوَّافِينَ لَهُمْ عَرْشٌ وَإِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَوَّافِينَ لَهُمْ عَرْشٌ وَإِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَوَّافِينَ لَهُمْ عَرْشٌ وَإِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ طَوَّافِينَ لَهُمْ عَرْشٌ

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Ayat diatas menerangkan bahwa sesungguhnya orang yang melakukan pemborosan dan membelanjakan hartanya dalam maksiat kepada Allah mereka itu menyerupai setan-setan dalam hal keburukan, kerusakan, dan maksiat. Dan setan itu sangat banyak kufurnya dan keras pengingkarannya terhadap nikmat tuhannya. Dalam kedua ayat ini umat Islam kembali diajarkan untuk mengelola hartanya dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan keperluan.

2. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan itu datangnya dari Allah SWT sebagai pencipta dan penguasa alam semesta ini. Dengan demikian, segala bentuk kemudahan yang datang dari makhluk pada hakikatnya terjadi atas izin Allah. Sebagai Dzat yang Maha Kuasa, tidak ada yang sulit bagi Allah SWT, meskipun terkadang nalar manusia menganggapnya mustahil. Kita akan mendapatkan pertolongan Allah selalu datang pada saat yang tepat dengan syarat harus didahului dengan usaha dan doa. Kemudahan akan

datang setelah ada kesulitan, seperti yang dijelaskan dalam Surat Al-Insyirah ayat 5-6:

(٥) فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ (٦) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۗ

5) Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, 6) Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah menggunakan kata “kemudahan” dalam bentuk jamak. Hal ini mengimplikasikan bahwa kemudahan selalu dua kali lebih kuat daripada kesulitan atau penderitaan. Oleh karena itu, tidak peduli seberapa sulitnya situasi, kesulitan tidak akan pernah mengalahkan Karunia Allah Ta’ala.

Allah memberi kemudahan kepada hambanya yang dekat dengan-Nya, ketika hamba tersebut mentaati perintah dan menjauhi larangan-Nya. Ketika seorang hamba sudah berusaha payah dalam berusaha dan berdoa maka Allah akan memberinya kemudahan sebagaimana firmanNya dalam Surat Ath-Thalaq ayat 4:

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مِنْ أَمْرِهِ يُسْرًا

Dan barang siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya.

Ayat diatas menerangkan bahwa barang siapa yang takut kepada Allah, lalu ia menunaikan fardu-fardu-Nya dan menjauhi larangan-Nya, maka Allah akan memudahkan urusan-urusannya, memberikan kelapangan dari segala kesempitan dan memberikan petunjuk pada setiap kesulitan yang dihadapi seorang hamba. Keutamaan takwa dalam diri seseoranglah yang menjadikannya diberi kemudahan oleh Allah sebab ketakwaannya. Dan jika seorang hamba membangkang dan melanggar perintahnya, maka kesulitan akan menimpa setiap masalah yang dihadapinya, sulit untuk menemukan jalan keluar.

3. Gaya Hidup Digital

Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua golongan, pertama gaya hidup Islami dan kedua gaya hidup jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu tauhid. Adapun gaya hidup jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh penuh dengan nuansa kesyirikan. Setiap individu muslim sudah menjadi keharusan baginnya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup dan kehidupannya.

Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Surat Yusuf ayat 108:

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَرَعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ
وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Katakanlah: “Inilah jalan (agama) ku, dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata, Maha Suci Allah, dan aku tidak termasuk orang-orang musyrik.

Ayat diatas menerangkan bahwa kebanyakan manusia berpaling dan tetap enggan menerima kebenaran tentang keesaan-Nya. Allah lalu berpesan kepada Rasulullah, “Katakanlah, wahai Muhammad, inilah jalan yang Allah tunjukkan kepadaku. Aku dan orang-orang yang beriman dan beramal saleh yang mengikutiku mengajak kamu kepada Allah dengan yakin serta mengandung bukti-bukti yang mengetuk akal dan perasaan manusia. Mahasuci Allah dengan segala kesempurnaan-Nya, dan aku tidak termasuk orang-orang musyrik yang mempersekutukan Allah dengan yang lain”

Gaya hidup sederhana harus dibudayakan dan dilakukan untuk umat Islam. Sederhana adalah suatu keindahan. Karena seseorang yang sederhana akan mudah melepaskan diri dari kesombongan dan lebih mudah merasakan penderitaan orang lain. Sederhana adalah buah dari kekuatan mengendalikan keinginan.

Dalam Islam, kaya bukan hal yang dilarang, bahkan dianjurkan. Perintah zakat bisa dipenuhi kalau kita punya harta, demikian pula perintah haji dan banyak kebaikan lainnya bergantung pada kekayaan. Yang dilarang adalah berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan. Hal tersebut bukan berarti mengajak untuk miskin, tapi mengajak agar kita berhati-hati dengan keinginan hidup mewah.

4. Keputusan Menggunakan

Manusia sepanjang hidupnya selalu melakukan pilihan-pilihan sesuai dengan keadaan yang dialaminya. Mengambil alternatif-alternatif pilihan yang sekiranya mampu digunakan dalam kondisi yang sesuai, sehingga mampu digunakan dengan sebaik mungkin. Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan dalam segala aktifitas. Dijelaskan ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ
فَلْتَصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

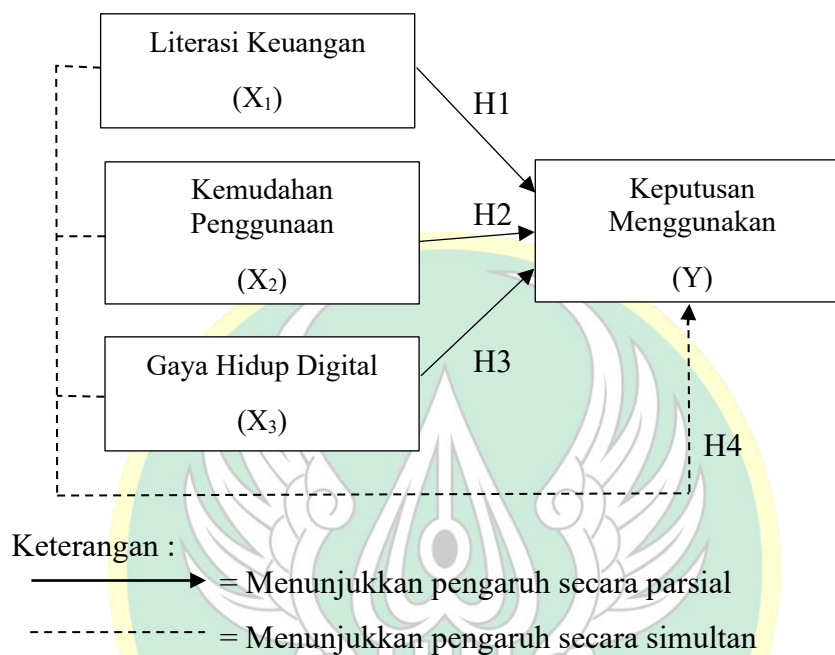
Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya kita periksa dan teliti terlebih dahulu sebelum akhirnya menyesal dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Sebelum memutuskan

untuk menggunakan suatu produk hendaknya mengetahui terlebih dahulu kebutuhan dan atau masalah yang sedang dihadapi.

D. Kerangka Berfikir

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Dari kerangka diatas dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga variabel independen di antaranya yaitu Literasi Keuangan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), dan Gaya Hidup Digital (X_3) dan satu variabel dependen yaitu Keputusan Menggunakan Shopeepay (Y).

E. Rumusan Hipotesis

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan Shopeepay.

Literasi keuangan yang baik akan meningkatkan seseorang dalam mengendalikan uangnya, contohnya memiliki keputusan melakukan investasi, menabung, dan memnfaatkan e-wallet untuk mempermudah transaksi pembayaran (Ismanto, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Lusiana & Ichsanuddin (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Shopeepay.

Semakin tinggi literasi keuangan tentang penggunaan ShopeePay maka semakin kuat dorongan untuk menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran. Seseorang yang terliterasi dengan baik akan berpengaruh terhadap perilaku keuangannya khususnya cara mengelola keuangan. Sejalan dengan penelitian Yennisa & Putri (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan menggunakan ShopeePay. Seiring perkembangan teknologi membutuhkan pengetahuan literasi keuangan. Teknologi dirancang guna membuat putusan yang sesuai serta mengelola keuangan dengan baik bagi pengguna menjadika e-wallet ShopeePay berkembang pesat.

H₁ : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay

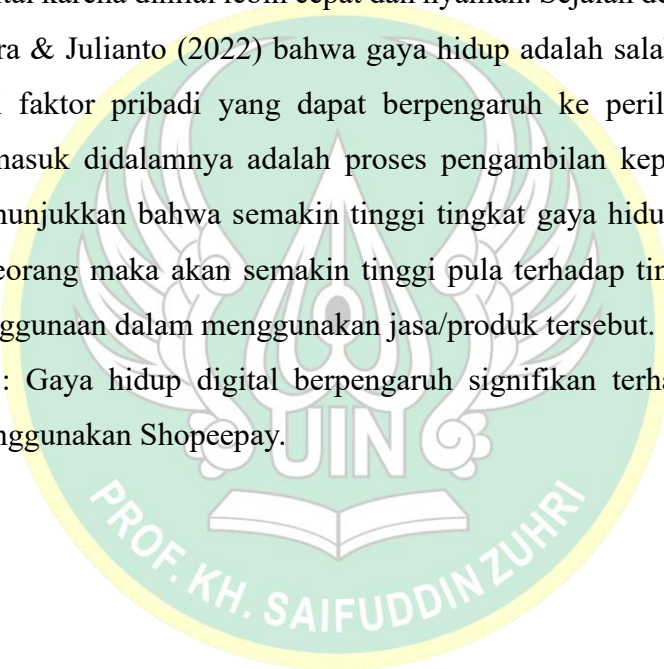
Dalam penelitian R. F. Sari et al (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay. Berkembangnya teknologi tentu sangat membantu manusia dalam menjalani kehidupan di zaman sekarang yang serba instan. Namun, konsumen tentu akan lebih menerima dan memilih suatu sistem yang lebih mudah dioperasikan. ShopeePay merupakan salah satu dompet digital yang sangat mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang banyak. Sejalan dengan penelitian oleh Steffie & Kusnawan (2023) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada konsumen generasi Z. Sistem pembayaran yang dapat dikontrol dan memiliki layanan yang jelas dan mudah dimengerti cenderung lebih disukai masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan suatu teknologi, akan mempengaruhi keputusan dalam menggunakan teknologi.

H₂ : Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay.

3. Pengaruh Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay.

Menurut penelitian yang dilakukan Alfiana et al (2022) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan menggunakan ShopeePay. Gaya hidup dapat dikatakan sebagai suatu pencerminan diri seseorang mengenai bagaimana mereka menjalani kehidupannya, gaya hidup seseorang dapat berubah dari waktu ke waktu. Sudah banyak orang yang memanfaatkan teknologi, seperti penggunaan ShopeePay dimana sudah banyak orang yang telah beralih dari transaksi konvensional ke transaksi digital karena dinilai lebih cepat dan nyaman. Sejalan dengan penelitian Putra & Julianto (2022) bahwa gaya hidup adalah salah satu indikator dari faktor pribadi yang dapat berpengaruh ke perilaku konsumen, termasuk didalamnya adalah proses pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat gaya hidup yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi pula terhadap tingkat keputusan penggunaan dalam menggunakan jasa/produk tersebut.

H₃ : Gaya hidup digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2019) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyumas dengan subjek generasi Z yang menggunakan ShopeePay. Generasi Z sendiri adalah generasi yang saat ini berumur 17-25 tahun. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret - Mei 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Kabupaten Banyumas yang menggunakan ShopeePay. Karena populasi bersifat luas maka dari itu biasanya peneliti akan mengambil beberapa perwakilan yang mampu menggambarkan suatu keadaan dalam populasi yang telah ditetapkan dimana perwakilan tersebut diberi istilah sampel.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dipilih dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Banyumas dan menggunakan ShopeePay. Teknik

pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik yang menggunakan beberapa syarat maupun perbandingan pada sampel dalam mengumpulkan data. Sesuai apa yang dilakukan peneliti dalam melakukan pengumpulan data dari sampel, peneliti memberikan syarat bahwa sampel harus generasi Z berumur 17-25 tahun yang berdomisili di Kabupaten Banyumas dan menggunakan Shopeepay.

Penelitian ini menggunakan rumus Wibisono dalam menentukan jumlah sampel, karena pada penelitian ini jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Berikut perhitungan menggunakan rumus Wibisono:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1.96) \cdot (0.25)}{0.05} \right)^2 = 96,4$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z_{α} = Tingkat kepercayaan yang digunakan yaitu 95%, dengan nilai z yaitu 1,96

σ = Standar deviasi populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), menggunakan 5%

Batas kesalahan dalam penelitian ini adalah 5%, sehingga tingkat akurasinya sebesar 95%. Jadi, minimal sampel yang didapatkan pada penelitian ini sebesar 96 reponden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

a. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini digunakan tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan gaya hidup digital (X3).

b. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan menggunakan Shopeepay.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Dependen	Indikator
Keputusan Menggunakan Shopeepay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas (Y)	Indikator keputusan penggunaan menurut Kotlet (2001), yaitu: 1) Kemantapan pada produk 2) Kebiasaan dalam menggunakan produk atau jasa 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4) Melakukan penggunaan ulang
Variabel Independen	Indikator
Literasi Keuangan (X ₁)	Chen dan Volpe (1998) mengemukakan bahwa terdapat empat indikator dalam literasi keuangan, yaitu: 1) Pengetahuan Keuangan Dasar (<i>Basic Financial Knowledge</i>) 2) Tabungan dan Pinjaman (<i>Saving and Brrowing</i>) 3) Asuransi (<i>Insurance</i>) 4) Investasi (<i>Investation</i>)

Kemudahan Penggunaan (X_2)	Indikator yang dapat digunakan dalam pengukuran terhadap persepsi kemudahan menurut Davis (2019), yaitu: 1) Mudah dipelajari (<i>Easy to Learn</i>) 2) Dapat dikontrol (<i>Controllable</i>) 3) Fleksibel (<i>Flexible</i>) 4) Mudah digunakan (<i>Easy to Use</i>) 5) Jelas dan dapat dipahami (<i>Clear and Understandable</i>)
Gaya Hidup Digital (X_3)	Indikator gaya hidup menurut Mandey (2009), yaitu: 1) Kegiatan (<i>Activity</i>) 2) Minat (<i>Interst</i>) 3) Opini (<i>Opinion</i>)

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu data primer dan sekunder.

- a) Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google form* dan wawancara dengan responden yaitu generasi Z pengguna Shopeepay di Kabupaten Banyumas.
- b) Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen, buku literatur, dan jurnal terdahulu yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) dengan menyajikan beberapa pertanyaan terkait

variabel penelitian, yaitu literasi keuangan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2), gaya hidup (X_3) dan keputusan menggunakan (Y).

a. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner pada penelitian ini disebarakan secara online melalui *google form* dengan respondennya yaitu generasi Z pengguna Shopeepay di Kabupaten Banyumas. Responden akan menjawab sejumlah pertanyaan yang diajukan dengan pendapat mereka. Untuk mengukur pendapat responden digunakan skala likert dengan 5 point, yaitu:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik tertentu. Wawancara yang dilakukan ialah mengajukan beberapa pertanyaan yang ada pada kuesioner pertanyaan terbuka kepada beberapa informan yaitu generasi Z di kabupaten Banyumas yang menggunakan Shopeepay.

F. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012) menyatakan bahwa uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa akurat data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas suatu alat pengukur dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total. Skor total adalah nilai yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item (Hadi, 2015). Syarat pengujian apabila nilai r hitung $>$ r tabel dengan $\alpha(0,05)$ maka hasilnya dinyatakan valid dan jika nilai r hitung $<$ r tabel maka hasilnya dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012) menyatakan bahwa uji reliabilitas merupakan alat uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan dengan berulang-ulang. Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Nilai *Alpha Cronbach* $>$ 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel namun jika *Alpha Cronbach* $<$ 0,60 maka dapat disimpulkan variabel tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan pada model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini cara yang digunakan untuk mengetahui

apakah data telah berdistribusi normal yaitu dengan uji *Kolmogorov-smirnov*. Berdasarkan uji *Kolmogorov-smirnov* data berdistribusi normal jika hasil pengujian didapat nilai *Asymp sig* $> \alpha$ (0,05) namun jika *Asymp sig* $< \alpha$ (0,05) data tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji adanya korelasi pada model regresi terhadap variabel independen. Uji multikolinearitas dapat diukur dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai toleransi $> 0,1$ dan VIF < 10 maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, namun jika toleransi $< 0,1$ dan VIF > 10 dapat dikatakan terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas jika *sig* $> 0,05$ namun jika *sig* $< 0,05$ telah mengandung masalah heteroskedastisitas. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glesjer yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel (Ghozali, 2011).

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini yaitu, variabel literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup digital terhadap variabel keputusan menggunakan, dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = *Return on Assets (ROA)*

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien Regresi

X_1 = *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

X_2 = *Non Performing Loan (NPL)*

X_3 = *Loan to Deposit Ratio (LDR)*

e = Nilai Residu

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2018). Kriteria pengujian uji t dalam penelitian ini adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$ maka tidak dapat pengaruh signifikan atau hipotesis (H_a) ditolak. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikan $0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan atau hipotesis (H_a) diterima.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2018). Kriteria pengujian uji f dalam penelitian ini adalah jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R Square)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam berkontribusi terhadap variabel dependen dalam satuan presentase (Sugiyono, 2018). Koefisien detrminasi biasanya dilambangkan dengan R^2 . Artinya,

sebesar R^2 variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut merupakan rumus untuk mencari R^2 :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1Y + b_2 \sum X_2Y + b_3 \sum X_3Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien garis regresi $X_1 X_2 X_3$

Y = *Return on Assets* (ROA)

X_1 = *Capital Adequacy Ratio* (CAR)



BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Banyumas

1. Peta Kabupaten Banyumas

Gambar 2.1
Peta Kabupaten Banyumas



Sumber: Wikipedia

2. Wilayah Kabupaten Banyumas

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Letaknya berada di bagian barat daya Provinsi Jawa Tengah serta berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Barat, dengan ibu kotanya adalah Purwokerto. Kabupaten Banyumas didirikan pada tanggal 8 Agustus 1950 berdasarkan UU No. 13 Tahun 1950. Secara geografis, Kabupaten Banyumas terletak di antara garis Bujur Timur $108^{\circ} 39,17$ - $109^{\circ} 27,15$ dan di antara garis Lintang Selatan $7^{\circ} 15,05$ - $7^{\circ} 37,10$ yang berarti berada di belahan garis katulistiwa. Batas-batas wilayah Kabupaten Banyumas, antara lain:

Sebelah Utara : Gunung Slamet, Kabupaten Tegal, dan Kabupaten Pemalang

Sebelah Selatan : Kabupaten Cilacap

Sebelah Barat : Kabupaten Cilacap dan Kabupaten Brebes

Sebelah Timur : Kabupaten Purbalingga, Kabupaten Kebumen, dan
Kabupaten Banjarnegara

Luas wilayah Kabupaten Banyumas sebesar 1327,60 KM² atau sekitar 4,08% dari luas Provinsi Jawa Tengah yang terdiri dari 27 kecamatan, 30 kelurahan, dan 301 desa. Pada tahun 2023, jumlah penduduk mencapai 1.857.211 jiwa. Berikut merupakan luas wilayah menurut kecamatan di Kabupaten Banyumas.

Tabel 4.1
Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Banyumas

No	Kecamatan	Luas (km ²)	Presentase (%)
1.	Lumbir	102.66	7.73
2.	Wangon	60.78	4.58
3.	Jatilawang	48.16	3.63
4.	Rawalo	49.64	3.74
5.	Kebasen	54.00	4.07
6.	Kemranjen	60.71	4.57
7.	Sumpiuh	60.01	4.52
8.	Tambak	52.03	3.92
9.	Somagede	40.11	3.02
10.	Kalibagor	35.73	2.69
11.	Banyumas	38.09	2.87
12.	Patikraja	43.23	3.26
13.	Purwojati	37.86	2.85
14.	Ajibarang	66.50	5.01
15.	Gumelar	93.95	7.08
16.	Pekuncen	92.70	6.98
17.	Cilongok	105.34	7.93
18.	Karanglewas	32.50	2.45
19.	Kedungbanteng	60.22	4.54
20.	Baturraden	45.53	3.43

21.	Sumbang	53.42	4.02
22.	Kembaran	25.92	1.95
23.	Sokaraja	29.92	2.25
24.	Purwokerto Selatan	13.75	1.04
25.	Purwokerto Barat	7.40	0.56
26.	Purwokerto Timur	8.42	0.63
27.	Purwokerto Utara	9.01	0.68

Sumber: BPS Kabupaten Banyumas

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	26	26%
2.	Perempuan	74	74%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel diatas, diperoleh 100 responden yang terdiri dari laki-laki yang berjumlah 26 (26%) dan perempuan berjumlah 74 (74%). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna ShopeePay didominasi oleh perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 5.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	19-20	11	11%
2.	21-22	77	77%
3.	23-24	12	12%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel diatas, diperoleh 100 responden. Responden yang berusia 19-20 tahun berjumlah 11 (11%), responden dengan usia 21-22 tahun berjumlah 77 (77%), dan responden dengan

usia 23-24 tahun berjumlah 12 (12%). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna ShopeePay didominasi oleh generasi Z yang memiliki usia 21-22 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 5.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Mahasiswa	82	82%
2.	Wiraswasta	11	11%
3.	Lain-lain	7	7%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel diatas, diperoleh 100 responden. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terdiri dari mahasiswa yang berjumlah 82 (82%), wiraswasta yang berjumlah 11 (11%), dan lain-lain seperti wirausaha, guru, dan fresh graduate berjumlah 7 (7%) responden. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna ShopeePay didominasi oleh mahasiswa.

C. Hasil Penelitian

1. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui validitas suatu item pertanyaan pada kuesioner dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total. Kuesioner dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel dan $\text{sig} < 0,05$. Menentukan nilai r tabel pada penelitian ini menggunakan rumus $df = n - 2$ yang hasilnya $100 - 2 = 98$. Maka nilai r tabel pada penelitian ini adalah 0,196. Berikut hasil uji validitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	LK.1	0,498	0,196	Valid
	LK.2	0,715	0,196	Valid
	LK.3	0,538	0,196	Valid
	LK.4	0,260	0,196	Valid
	LK.5	0,589	0,196	Valid
	LK.6	0,647	0,196	Valid
	LK.7	0,441	0,196	Valid
	LK.8	0,624	0,196	Valid
	LK.9	0,469	0,196	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	KP.1	0,702	0,196	Valid
	KP.2	0,772	0,196	Valid
	KP.3	0,800	0,196	Valid
	KP.4	0,860	0,196	Valid
	KP.5	0,771	0,196	Valid
Gaya Hidup Digital (X3)	GHD.1	0,551	0,196	Valid
	GHD.2	0,642	0,196	Valid
	GHD.3	0,634	0,196	Valid
	GHD.4	0,614	0,196	Valid
	GHD.5	0,559	0,196	Valid
	GHD.6	0,501	0,196	Valid
Keputusan Menggunakan (Y)	KM.1	0,798	0,196	Valid
	KM.2	0,806	0,196	Valid
	KM.3	0,833	0,196	Valid
	KM.4	0,847	0,196	Valid
	KM.5	0,772	0,196	Valid

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dianggap valid dan memenuhi kriteria aturan dalam pengukuran. Hal ini karena nilai r hitung untuk setiap item pertanyaan melebihi nilai r tabel, yaitu 0,196.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan hasil uji yang konsisten apabila dilakukan secara berulang-ulang. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa variabel

tersebut dapat dikatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,689	0,60	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,834	0,60	Reliabel
Gaya Hidup Digital (X3)	0,613	0,60	Reliabel
Keputusan Menggunakan (Y)	0,867	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dianggap reliabel. Hal ini karena nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan uji *Kolmogorov-smirnov*. Data berdistribusi normal jika hasil pengujian didapat nilai *Asymp sig* > α (0,05). Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.54850373	
Most Extreme Differences	Absolute	.086	
	Positive	.058	
	Negative	-.086	
Test Statistic		.086	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.062	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.060	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.054
		Upper Bound	.066
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.			

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji normalitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini karena nilai *Asymp sig* sebesar 0,062 yang mana artinya lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dapat diukur dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10$ maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.4
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-7.832	2.851		-2.748	.007		
	Literasi Keuangan	.268	.089	.271	3.014	.003	.659	1.518
	Kemudahan Penggunaan	.550	.116	.414	4.740	.000	.696	1.437
	Gaya Hidup Digital	.213	.100	.175	2.127	.036	.784	1.276

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji multikoleniaritas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa data tidak terjadi multikoleniaritas. Hal ini karena semua variabel independen memiliki nilai toleran lebih besar dari 0,1 dengan nilai 0,659 untuk variabel literasi keuangan, 0,696 variabel kemudahan penggunaan, 0,784 variabel gaya hidup digital dan semua varaibel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 dengan nilai 1.518 untuk variabel literasi keuangan, 1.437 variabel kemudahan penggunaan, dan 1.276 variabel gaya hidup digital.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas jika $sig > 0,05$. Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas menggunakan uji glesjer yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing

variabel. Berikut hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.815	1.804		1.006	.317
	Literasi Keuangan	-.020	.056	-.045	-.359	.720
	Kemudahan Penggunaan	.042	.073	.070	.569	.571
	Gaya Hidup Digital	.000	.063	.000	-.003	.998
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa data tidak ada gejala heteroskedastisitas. Hal ini karena nilai signifikansi tiap variabel lebih besar dari 0,05 dengan nilai 0,720 untuk variabel literasi keuangan, 0,571 variabel kemudahan penggunaan, dan 0,998 variabel gaya hidup digital.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini yaitu, variabel literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup digital terhadap variabel keputusan menggunakan. Berikut hasil uji regresi linear berganda yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.832	2.851		-2.748	.007
	Literasi Keuangan	.268	.089	.271	3.014	.003
	Kemudahan Penggunaan	.550	.116	.414	4.740	.000
	Gaya Hidup Digital	.213	.100	.175	2.127	.036
a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan						

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -7,832 + 0,268X_1 + 0,550X_2 + 0,213X_3 + e$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- Nilai konstanta sebesar -7,832 bertanda negatif menandakan bahwa variabel keputusan menggunakan (Y) yang dihitung dengan persamaan regresi akan lebih kecil yang diharapkan. Konstanta tersebut menyebutkan bahwa apabila variabel lain yaitu literasi keuangan (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) dan gaya hidup digital (X_3) dianggap tetap atau nol, maka konstanta akan dapat menurunkan variabel keputusan menggunakan (Y) sebesar 7,832.
- Koefisien variabel literasi keuangan (X_1) sebesar 0,268 menunjukkan hubungan yang positif dimana setiap kenaikan satu satuan variabel literasi keuangan (X_1) akan menyebabkan

kenaikan variabel keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,268 satuan. Sebaliknya jika terjadi penurunan variabel literasi keuangan (X_1) sebesar satu satuan juga akan menyebabkan penurunan variabel keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,268 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

- c. Koefisien variabel kemudahan penggunaan (X_2) sebesar 0,550 menunjukkan hubungan yang positif dimana setiap kenaikan satu satuan variabel kemudahan penggunaan (X_2) akan menyebabkan kenaikan variabel keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,550 satuan. Sebaliknya jika terjadi penurunan variabel kemudahan penggunaan (X_2) sebesar satu satuan juga akan menyebabkan penurunan variabel keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,550 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.
- d. Koefisien variabel gaya hidup digital (X_3) sebesar 0,213 menunjukkan hubungan yang positif dimana setiap kenaikan satu satuan variabel gaya hidup digital (X_3) akan menyebabkan kenaikan variabel keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,213 satuan. Sebaliknya jika terjadi penurunan variabel gaya hidup digital (X_3) sebesar satu satuan juga akan menyebabkan penurunan variabel keputusan menggunakan (Y) sebesar 0,213 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian uji t dalam penelitian ini adalah jika t hitung $>$ t tabel atau nilai $sig < 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan atau hipotesis (H_a) diterima. Menentukan nilai t tabel pada penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai } t \text{ tabel} &= (a/2; n-k-1) \\
 &= (0,05/2; 100-3-1) \\
 &= 0,025; 96 \\
 &= 1,984
 \end{aligned}$$

Maka nilai t tabel pada penelitian ini adalah 1,984. Berikut hasil uji t yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.7
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.832	2.851		-2.748	.007
	Literasi Keuangan	.268	.089	.271	3.014	.003
	Kemudahan Penggunaan	.550	.116	.414	4.740	.000
	Gaya Hidup Digital	.213	.100	.175	2.127	.036

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa:

- a. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel literasi keuangan (X_1) terhadap variabel keputusan menggunakan (Y) adalah sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,014 > t$ tabel 1,984. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan (Y) yang berarti **H_1 diterima.**
- b. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel kemudahan penggunaan (X_2) terhadap variabel keputusan menggunakan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,740 > t$ tabel 1,984. Hal ini dapat disimpulkan

bahwa variabel kemudahan penggunaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan (Y) yang berarti **H₂ diterima**.

- c. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel gaya hidup digital (X_3) terhadap variabel keputusan menggunakan (Y) adalah sebesar $0,036 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,127 > t$ tabel $1,984$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup digital (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan (Y) yang berarti **H₃ diterima**.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian uji f dalam penelitian ini adalah jika f hitung $> f$ tabel dan memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menentukan nilai f tabel pada penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai f tabel} &= (k; n-k) \\ &= (3; 100-3) \\ &= 3; 97 \\ &= 2,69 \end{aligned}$$

Maka nilai f tabel pada penelitian ini adalah 2,69. Berikut hasil uji f yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.8
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	616.398	3	205.466	30.676	.000 ^b
	Residual	642.992	96	6.698		
	Total	1259.390	99			

- | |
|--|
| a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan |
| b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Digital, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan |

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji f yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh variabel literasi keuangan (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan gaya hidup digital (X3) secara simultan terhadap keputusan menggunakan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $30,676 > f$ tabel 2,69. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan gaya hidup digital (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R Square)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam berkontribusi terhadap variabel dependen dalam satuan presentase. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai kekuatan yang lebih besar untuk mempengaruhi variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 27:

Tabel 6.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.489	.473	2.588
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Digital, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan				

Sumber: Hasil Olah Data IBM SPSS 27

Berdasarkan uji koefisien determinasi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,473 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel literasi keuangan (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan gaya hidup digital (X3) secara simultan terhadap variabel keputusan menggunakan (Y) adalah sebesar 47,3% sementara sisanya 52,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Keputusan seseorang dalam menggunakan ShopeePay dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah literasi keuangan. Menurut Morgan & Trinh (2019), literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk mengetahui dan memahami persepsi serta risiko keuangan, keterampilan, dan keyakinan diri untuk membuat keputusan yang tepat guna meningkatkan kesejahteraan finansial pribadi. Literasi keuangan dapat mempengaruhi persepsi seseorang mempengaruhi keputusan penggunaan untuk mengadopsi ShopeePay. Penting memiliki tingkat literasi keuangan yang baik agar dapat mengelola keuangan dengan bijak melalui pemanfaatan *financial technology*.

Hasil pengujian yang telah dilakukan melalui uji t pada variabel literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Banyumas menunjukkan hasil bahwa nilai t hitung $3,014 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Banyumas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dimiliki generasi Z di kabupaten Banyumas cukup baik. Berdasarkan pernyataan

mereka tentang bagaimana dalam mengelola keuangan dengan memanfaatkan dompet digital. Sebanyak 90% responden mengatakan, mereka menggunakan keuangan sesuai dengan kebutuhan, tidak hanya sekedar yang diinginkan, hal ini untuk mencegah pengeluaran yang berlebihan dan memanfaatkan voucher promo atau diskon yang diberikan Shopee saat berbelanja untuk mendapatkan harga yang lebih hemat.

Dengan menggunakan Shopeepay, generasi Z dapat mengatur keuangan dan bertanggung jawab atas keputusan untuk membayar kebutuhan dan dapat menganalisis pengeluaran yang telah dibayarkan. Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif (Huston, 2007). Hal ini mencerminkan bahwa literasi keuangan yang baik dapat mendorong penerimaan dan penggunaan teknologi.

Sayangnya, menurut hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 literasi keuangan masyarakat di Indonesia masih dinilai relatif rendah, meskipun telah terjadi peningkatan. Hal ini mencerminkan bahwa secara umum, masyarakat Indonesia belum sepenuhnya memahami karakteristik berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan. Padahal, literasi keuangan memiliki peran penting dalam memberdayakan masyarakat, meningkatkan kesejahteraan individu, melindungi konsumen, dan meningkatkan inklusi keuangan (Otoritas Jasa Keuangan).

Dalam agama Islam, literasi keuangan merupakan salah satu instrumen yang penting, Islam mengajarkan agar tidak menghambur-hamburkan harta secara berlebih-lebihan. Allah menganjurkan untuk mengelola keuangan dengan baik, serta memanfaatkan harta secara efisien dan tidak boros. Salah satu cara agar dapat menghindar perilaku

boros yaitu dengan cara mempelajari literasi keuangan dan mempraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lusiana & Ichsanuddin (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan ShopeePay. Didukung penelitian yang dilakukan oleh Yennisa & Putri (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan menggunakan ShopeePay. Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Sibuea et al (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan ShopeePay.

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Faktor keputusan seseorang dalam menggunakan ShopeePay selanjutnya adalah kemudahan penggunaan. Menurut Ayuningrum & Sadiyah (2022), kemudahan merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk dapat menggunakannya. Jika suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut. Sistem pembayaran yang dapat dikontrol, memiliki layanan yang jelas, dan mudah dimengerti cenderung lebih disukai gen Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang diciptakan oleh ShopeePay, semakin mempengaruhi keputusan gen Z dalam menggunakan ShopeePay.

Hasil pengujian yang telah dilakukan melalui uji t pada variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Banyumas menunjukkan hasil bahwa nilai t hitung $4,740 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel kemudahan penggunaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan ShopeePay pada generasi Z di kabupaten Banyumas.

Berdasarkan pernyataan responden pada penelitian ini yang menunjukkan bahwa generasi Z di kabupaten Banyumas merasakan kemudahan saat menggunakan ShopeePay. Sebanyak 95% responden mengatakan, mereka merasakan kemudahan akses dalam melakukan transaksi pembayaran ataupun pembelian di Shopee dan akses untuk melakukan transfer dirasa cepat, terlebih tidak dikenai biaya admin.

ShopeePay memiliki berbagai fitur yang memudahkan pengguna, seperti kemudahan dan kepraktisan untuk bertransaksi sehari-hari, terutama saat berbelanja di Shopee. Melakukan transfer saldo baik ke sesama pengguna ShopeePay ataupun ke beragam rekening bank tujuan secara gratis dan mudah. Serta dapat melakukan pembayaran belanjaan dengan QRIS, top up pulsa, ataupun bayar tagihan. Karena dengan kemudahan penggunaan yang ada pada ShopeePay maka akan menarik masyarakat untuk menggunakannya.

Dompet digital memiliki kemampuan untuk memudahkan dan mempercepat proses transaksi, sesuai dengan preferensi pengguna yang menginginkan transaksi yang mudah, cepat, dan nyaman. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa jika ShopeePay mudah digunakan, maka pengguna lebih cenderung untuk terus menggunakannya. Sebaliknya, jika ShopeePay sulit digunakan, maka pengguna enggan untuk menggunakannya kembali.

Dalam kepercayaan agama Islam, segala bentuk kemudahan yang datang pada hakikatnya terjadi atas izin Allah SWT. Sebagai Dzat yang Maha Kuasa, tidak ada yang sulit bagi Allah, meskipun terkadang nalar manusia menganggapnya mustahil. Pertolongan Allah selalu datang pada saat yang tepat dengan didahului usaha dan doa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh R. F. Sari et al (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan

Shopeepay. Didukung penelitian yang dilakukan oleh Steffie & Kusnawan (2023) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan Shopeepay pada konsumen generasi Z. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lusiana & Ichsanuddin (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memberikan kontribusi nyata terhadap keputusan penggunaan Shopeepay. Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Yennisa & Putri (2023) menyatakan bahwa menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan menggunakan Shopeepay.

3. Pengaruh Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan Shopeepay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Faktor keputusan seseorang dalam menggunakan Shopeepay yang terakhir adalah gaya hidup digital. Menurut Kotler & Kaller (2011), gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan dalam berinteraksi dengan lingkungan yang diekspresikan melalui kegiatan, minat, dan pendapat dengan dukungan teknologi. Teknologi *mobile* dan internet memiliki dampak yang besar terhadap gaya hidup masyarakat. Pemanfaatan teknologi tentu sudah bukan merupakan hal yang asing lagi, generasi Z dengan gaya hidup digital cenderung lebih paham dengan teknologi dan berbagai manfaatnya. Mereka akan lebih cepat mengenali keuntungan menggunakan suatu teknologi yang kemudian akan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan Shopeepay.

Hasil pengujian yang telah dilakukan melalui uji t pada variabel gaya hidup digital terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas menunjukkan hasil bahwa nilai t hitung $2,127 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,036 < 0,05$. Hal ini diartikan bahwa variabel gaya hidup digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya kemajuan teknologi, salah satunya teknologi keuangan yaitu dompet digital yang bisa melakukan transaksi *cashless*, hal ini mampu mengubah gaya hidup generasi Z di kabupaten Banyumas. Sebanyak 85% responden mengatakan, dengan adanya Shopeepay mereka merasa dimudahkan dalam hal bertansaksi karena tanpa harus bertatap muka dan dengan mengikuti perkembangan teknologi mereka merasa *up to date* atau tidak ketinggalan zaman.

Generasi Z merupakan generasi yang pandai dalam memahami kecanggihan teknologi yang sedang berkembang. Sejalan dengan perkembangan teknologi, diikuti adanya tren yang menuju kearah gaya hidup digital. Sifat terbuka yang dimiliki oleh generasi Z turut mendukung cepatnya perubahan gaya hidup mereka. Generasi Z dapat dikatakan gemar untuk mencoba hal-hal baru dan cepat beradaptasi pada peralihan gaya hidup yang modern, termasuk dalam bertransaksi dengan menggunakan dompet digital.

Dalam pandangan Islam, gaya hidup Islami sudah seharusnya menjadi gaya hidup setiap muslim karena mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu tauhid. Sayangnya di zaman saat ini justru gaya hidup jahili yang diharamkan itulah yang mendominasi sebagian besar gaya hidup umat Islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra & Julianto (2022) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital pada generasi Z dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Alfiana et al (2022) bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Shopeepay.

4. Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan Shopeepay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai adaptasi dari

Theory of Reasoned Action dan *Theory of Planned Behaviour*. TAM bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor utama perilaku pengguna teknologi informasi. Faktor-faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital. Berbagai persepsi yang ada pada suatu teknologi baru akan memberikan dampak terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi.

Hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu variabel literasi keuangan, keputusan menggunakan dan gaya hidup digital terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas melalui uji *f* menunjukkan hasil bahwa nilai *f* hitung 30,676 > *f* tabel 2,69 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya, variabel literasi keuangan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas.

Kemudian pada hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,473 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel literasi keuangan (X1), kemudahan penggunaan (X2) dan gaya hidup digital (X3) secara simultan terhadap variabel keputusan menggunakan Shopeepay (Y) adalah sebesar 47,3% sementara sisanya 52,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor keputusan penggunaan Shopeepay yaitu literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital saling terkait dan memperkuat satu sama lain dalam mendorong penggunaan layanan keuangan digital Shopeepay. Literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan yang diperlukan untuk memahami manfaat dan risiko penggunaan Shopeepay. Kemudahan penggunaan dapat dirasakan oleh pengguna, dengan begitu Shopeepay akan terus digunakan secara

berulang. Sementara itu, gaya hidup digital menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong penggunaan ShopeePay.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $3,014 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H₁ diterima.**
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $4,740 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H₂ diterima.**
3. Gaya hidup digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,127 > t$ tabel $1,984$ dengan nilai signifikan sebesar $0,036 < 0,05$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H₃ diterima.**
4. Literasi keuangan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup digital secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Shopeepay pada generasi Z di kabupaten Banyumas. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f yang menunjukkan bahwa nilai f hitung $30,676 > f$ tabel $2,69$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa **H₄ diterima.**

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi ShopeePay diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas fitur layanan yang bisa memenuhi kebutuhan pengguna dalam bertransaksi. Dengan pengguna merasakan kemudahan dan keamanan hal ini dapat meningkatkan jumlah pengguna ShopeePay.
2. Bagi masyarakat diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam mengelola keuangannya seperti mencatat keuangan untuk mengetahui rincian pengeluaran sehari-hari sehingga akan lebih bijak dalam menggunakan keuangannya. Serta dapat memanfaatkan *financial technology* seperti dompet digital ShopeePay untuk lebih memudahkan dalam bertransaksi.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan atau menggunakan variabel lain yang belum digunakan dalam penelitian ini, seperti keamanan transaksi, kepercayaan, kemanfaatan, resiko, dan sebagainya. Serta diharapkan untuk memperluas populasi dan menambah sampel penelitian dengan wilayah yang diperluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alenda, D.A. Ramilah, S. Aprilda, G.P. & Yusuf, A. (2021). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ShopeePay. *Accounting and Management Journal*, 5(2), 1–8.
- Alfiana, C. Harmanto, S. & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Promosi, Fitur, Hedonic Motivation, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay. *YUME: Journal of Management*, 5(3), 238–253.
- Ayuningrum, F. & Sadiyah, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Dana Sebagai Alat Transaksi. *4(2)*, 65–76.
- Chen, H. & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial services review* 7 (2) 1998.
- Davis, F. D. (1986). Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End User Information System Theory And Result. *Dissertation Massachusetts Institute Of Technology (MIT)*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(13), 319-340.
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1880–1888.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hadi, R. (2015). Studi Penggunaan Metode Penelitian Kuantitatif Dan Analisis Statistika Pada Skripsi Mahasiswa Iain Purwokerto. *Jurnal Penelitian Agama*, 16(2), 327–348.
- Hikmat, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Ulang Dalam Pembelian Online. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. 2(05), 6–9.
- Huston, S. J. (2007). 'Measuring Financial Literacy', *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44, No. 2, pp. 296- 316.
- Ismanto, H. Widiastuti, A. Muharam, H. Pangestuti, I. R. D. & Rofiq, F. (2019). *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. Google Books. Deepublish.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusnandar, D. L. Kurniawan, D. & Sahroni, N. (2022). Pengaruh Mental Accounting Dan Literasi Keuangan Pada Generasi Z Terhadap Financial

Behaviour Pada Masa Pandemi Covid 19 Dengan Dimediasi Gaya Hidup. 19(2), 97–106.

- Mandey, & Silvya, L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Vol. 6. No. 1.
- Mawardani, F. & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Morgan, P. J. & Trinh, L. Q. (2019). *Fintech and Financial Literacy Asian Development Bank Institute*. ADBI Working Paper Series, 933.
- OJK. (2019). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019. Ojk.Go.Id.
- Peter, & Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Prena, G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopeepay. 22(2018), 142–155.
- Putra, G. P. & Julianto, I. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital pada Generasi Z di Kabupaten Tabanan. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(01), 27–35.
- Putri, M. Hatta, A. & Indraswono, C. (2023). Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan QRIS Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa di Yogyakarta. 17(3), 215–228.
- Ernawati, N. & Noersanti, L. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 53–62.
- Safira, M. E. & Susanti, S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Promosi Uang Elektronik, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 4(2), 97–112.
- Sari, K. H. Y. & Devi, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kredibilitas Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Money GoPay Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 13(1), 44–54.
- Sari, R. F. Sutiana, E. P. & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Potongan Harga dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay. 9(2).
- Sibuea, C. A. Simorangkir, H. H. Nababan, C. Nadapdap, T. I. Siallagan, H. & Sipayung, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan

- Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *JURNAL MANEKSI*, 12(3), 696–701.
- Steffie, A. & Kusnawan, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Penggunaan Berulang Shopeepay (Studi Kasus Pada Konsumen Generasi Z). *Emabi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 1–9.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, A. P. G. & Susanti, S. (2021). The Influence Of Financial Literation, Service Features, And Easy of Use On Using E-Money. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 6(2), 27–37.
- Pratiwi, S. D., Wiyono, & Lalu, H. (2020) Perancangan Sistem Pengelolaan Resiko Menggunakan Mockup Website dan Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM)
- Wardoyo, W., & Andini, I. (2017). Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Manajemen DayaSaing*, 19(1), 12– 26.
- Wibowo, B. (2016). Analisa Regulasi Fintech Dalam Membangun Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Magister Teknik Elektro*, 1–9.
- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Yasi Pralytha, S. Sidanti, H. & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet DANA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun).
- Yennisa, Y. & Putri, H. R. N. (2023). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Pada Keputusan Penggunaan e-wallet dalam Transaksi Pembayaran (Studi di Pasar Tradisional Daerah Istimewa Yogyakarta). *UPY Business and Management Journal (UMBJ)*, 2(2), 30–39.
- Shafrani, Y, S. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Penelitian Agama*, 18(2), 290–301.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN PENGUNAAN DAN GAYA HIDUP DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN SHOPEEPAY PADA GENERASI Z DI KABUPATEN BANYUMAS

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Perkenalkan saya Latifah Choirunnisa mahasiswi Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sedang melakukan penelitian sebagai persyaratan untuk menyelesaikan skripsi saya, dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Penggunaan dan Gaya Hidup Digital Terhadap Keputusan Menggunakan ShopeePay Pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas”. Saya mohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner dengan sejujurnya dan apa adanya.

Kuesioner ini dibuat semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan terjaga kerahasiaannya. Atas kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Latifah Choirunnisa

Kriteria Responden

1. Responden berusia 17-25 tahun
2. Domisili di Kabupaten Banyumas
3. Menggunakan ShopeePay

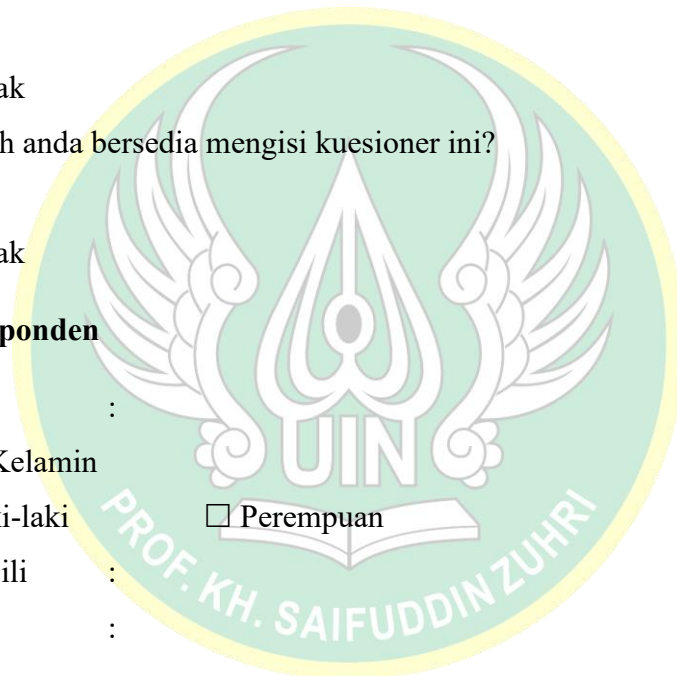
Screening Question

Berilah tanda silang (X) atau centang (✓) pada kolom sesuai dengan pendapat anda.

1. Apakah anda menggunakan dompet digital ShopeePay?
 Ya
 Tidak
2. Apakah anda bersedia mengisi kuesioner ini?
 Ya
 Tidak

Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 Laki-laki Perempuan
3. Domisili :
4. Usia :
5. Pekerjaan :



Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Angket Instrumen Penelitian

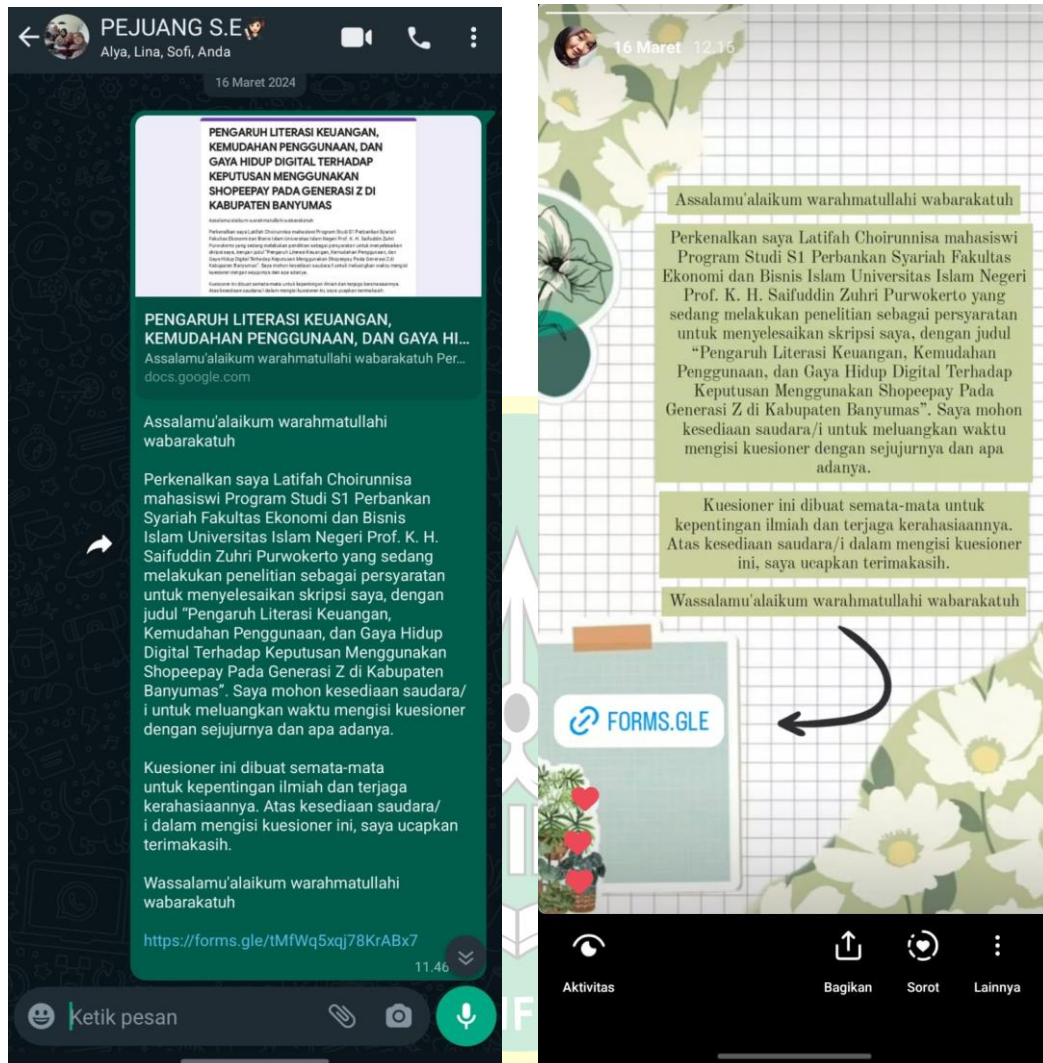
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
A. Literasi Keuangan (X₁)						
1.	Saya dapat mengelola keuangan pribadi dengan baik dan bijak					
2.	Saya membuat anggaran pribadi untuk mengontrol pengeluaran					
3.	Saya selalu menyisihkan uang untuk menabung					
4.	Menabung sangat penting untuk memenuhi kebutuhan di masa depan					
5.	Saya selalu membayar tagihan secara tepat waktu					
6.	Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) menjamin semua lembaga keuangan baik bank maupun non bank					
7.	Saya memiliki ketertarikan untuk berinvestasi					
8.	Saya memiliki pengetahuan tentang jenis investasi seperti saham, obligasi, dan reksadana					
9.	Memiliki asuransi sangat penting untuk meminimalisasi					

	risiko kerugian dan memberikan perlindungan					
B. Kemudahan Penggunaan (X₂)						
1.	Menggunakan Shopeepay dapat dipelajari dengan mudah					
2.	Shopeepay mudah digunakan untuk melakukan transaksi					
3.	Fitur pada Shopeepay sangat membantu efisiensi bertransaksi					
4.	Saya merasa Shopeepay sebagai alternatif pengganti uang tunai karena lebih praktis					
5.	Saya merasa menggunakan Shopeepay lebih fleksibel daripada uang <i>cash</i>					
C. Gaya Hidup Digital (X₃)						
1.	Saya selalu mengikuti perkembangan <i>fintech</i>					
2.	Saya lebih sering bertransaksi <i>cashless</i>					
3.	Saya sering melakukan <i>impulsive buying</i>					
4.	Saya lebih suka berbelanja melalui <i>e-commerce</i>					
5.	Bagi saya menggunakan produk bermerek merupakan suatu kebanggan					

6.	Saya merasa puas ketika membeli suatu produk yang saya inginkan					
D. Keputusan Menggunakan (Y)						
1.	Saya tertarik menggunakan Shopeepay karena orang-orang terdekat saya					
2.	Saya menggunakan Shopeepay karena lebih terpercaya					
3.	Saya menyarankan untuk menggunakan Shopeepay kepada orang-orang terdekat					
4.	Saya selalu menggunakan Shopeepay untuk bertransaksi					
5.	Berbagai promo dan voucher yang diberikan mendorong saya untuk menggunakan Shopeepay					

No	Variabel Penelitian	Pertanyaan
1.	Literasi Keuangan (X₁)	Bagaimana anda mengelola keuangan dengan bijak dalam penggunaan dompet digital?
2.	Kemudahan Penggunaan (X₂)	Apa saja kemudahan yang anda rasakan saat menggunakan Shopeepay?
3.	Gaya Hidup Digital (X₃)	Apakah kemajuan teknologi mampu mengubah gaya hidup anda? Alasannya?
4.	Keputusan Menggunakan (Y)	Apa alasan anda menggunakan Shopeepay dibandingkan dompet digital yang lain?

2. LAMPIRAN BUKTI PENYEBARAN KUESIONER



3. LAMPIRAN JAWABAN KUESIONER

DATA PENELITIAN

No	Nama (Inisial)	Jenis Kelamin	Domisili	Usia	Pekerjaan
1	MIR	Laki-laki	Purwokerto Timur	21	Mahasiswa
2	SNAH	Perempuan	Purwokerto Barat	24	Mahasiswa
3	MIA	Laki-laki	Kedung Banteng	21	Mahasiswa
4	DBS	Laki-laki	Pekuncen	22	Mahasiswa
5	NKS	Perempuan	Purwokerto Timur	21	Wirusaha
6	LRA	Perempuan	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa
7	APA	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
8	CAA	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
9	DAM	Perempuan	Purwokerto Barat	22	Mahasiswa
10	NRR	Perempuan	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
11	SSN	Perempuan	Sokaraja	22	Mahasiswa
12	SAS	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
13	PHT	Perempuan	Baturraden	22	Wiraswasta
14	ATP	Perempuan	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
15	DM	Perempuan	Patikraja	23	Mahasiswa
16	FAF	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
17	FBR	Laki-laki	Purwokerto Timur	21	Mahasiswa
18	NSA	Perempuan	Purwokerto Barat	22	Mahasiswa
19	ATH	Perempuan	Purwokerto Timur	23	Mahasiswa
20	SFH	Perempuan	Wangon	22	Mahasiswa
21	RNU	Perempuan	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa
22	EDS	Laki-laki	Ajibarang	21	Mahasiswa
23	KNM	Laki-laki	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
24	SES	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
25	R	Laki-laki	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
26	AIP	Laki-laki	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
27	M	Perempuan	Purwokerto Barat	22	Mahasiswa
28	KS	Perempuan	Purwokerto Barat	23	Mahasiswa
29	ATR	Perempuan	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
30	PD	Laki-laki	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
31	ANA	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
32	DM	Perempuan	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
33	AI	Laki-laki	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa
34	EDL	Perempuan	Sokaraja	21	Mahasiswa
35	FF	Perempuan	Purwojati	22	Mahasiswa

36	YDS	Laki-laki	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
37	NDS	Laki-laki	Kembaran	20	Mahasiswa
38	F	Laki-laki	Purwokerto Timur	24	Belum Bekerja
39	TR	Perempuan	Banyumas	23	Mahasiswa
40	NAD	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Fresh Graduate
41	HS	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
42	MN	Perempuan	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
43	FKL	Laki-laki	Banyumas	23	Mahasiswa
44	FKF	Perempuan	Jatilawang	22	Mahasiswa
45	RDW	Perempuan	Purwokerto Barat	21	Guru
46	N	Perempuan	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa
47	THP	Perempuan	Patikraja	22	Mahasiswa
48	WN	Perempuan	Purwokerto Selatan	20	Mahasiswa
49	LRA	Perempuan	Baturraden	22	IRT
50	MA	Perempuan	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
51	LF	Perempuan	Cilongok	22	Mahasiswa
52	SM	Perempuan	Purwokerto Selatan	21	Mahasiswa
53	AKS	Perempuan	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa
54	SBB	Perempuan	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa
55	R	Perempuan	Banyumas	21	Penulis
56	FAZ	Perempuan	Kembaran	21	Mahasiswa
57	PA	Perempuan	Sokaraja	22	Mahasiswa
58	IAI	Perempuan	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
59	KK	Perempuan	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
60	G	Laki-laki	Ajibarang	20	Wiraswasta
61	N	Perempuan	Purwokerto Selatan	20	Mahasiswa
62	YH	Perempuan	Purwokerto Timur	23	Wiraswasta
63	HZM	Perempuan	Baturraden	21	Mahasiswa
64	I	Laki-laki	Pekuncen	23	Wiraswasta
65	PKK	Laki-laki	Pekuncen	23	Wiraswasta
66	F	Laki-laki	Pekuncen	23	Wiraswasta
67	ZAA	Laki-laki	Pekuncen	24	Wiraswasta
68	SAR	Perempuan	Sokaraja	22	Mahasiswa
69	NMKW	Perempuan	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
70	JLA	Perempuan	Kembaran	21	Mahasiswa
71	AAAB	Laki-laki	Patikraja	19	Mahasiswa
72	DF	Laki-laki	Purwokerto Selatan	21	Wiraswasta
73	FT	Laki-laki	Banyumas	22	Mahasiswa
74	FNTH	Laki-laki	Baturraden	21	Mahasiswa

75	ANF	Perempuan	Purwokerto Barat	21	Mahasiswa
76	MYP	Laki-laki	Kembaran	20	Mahasiswa
77	SRS	Perempuan	Purwokerto Barat	22	Mahasiswa
78	NADL	Perempuan	Purwokerto Barat	22	Mahasiswa
79	SKE	Perempuan	Banyumas	21	Mahasiswa
80	H	Perempuan	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa
81	ANP	Perempuan	Purwokerto Selatan	20	Mahasiswa
82	ZK	Perempuan	Cilongok	20	Mahasiswa
83	DAS	Perempuan	Purwokerto Timur	21	Mahasiswa
84	HIR	Laki-laki	Gumelar	21	Mahasiswa
85	MF	Perempuan	Purwokerto Timur	22	Mahasiswa
86	ISP	Perempuan	Gumelar	22	Mahasiswa
87	L	Perempuan	Banyumas	21	Mahasiswa
88	GA	Perempuan	Kembaran	21	Wiraswasta
89	NAA	Perempuan	Purwokerto Timur	19	Wiraswasta
90	NK	Perempuan	Banyumas	20	Mahasiswa
91	AH	Laki-laki	Banyumas	21	Mahasiswa
92	F	Perempuan	Sumbang	21	Mahasiswa
93	N	Perempuan	Sokaraja	21	Mahasiswa
94	RN	Perempuan	Purwokerto Utara	22	Mahasiswa
95	AA	Perempuan	Purwokerto Barat	21	Wiraswasta
96	KW	Perempuan	Purwokerto Barat	22	Mahasiswa
97	HA	Perempuan	Patikraja	21	Wiraswasta
98	SF	Perempuan	Purwokerto Timur	21	Mahasiswa
99	A	Perempuan	Purwokerto Barat	19	Mahasiswa
100	IG	Perempuan	Purwokerto Utara	21	Mahasiswa

34	4	4	5	5	4	3	4	3	4	36
35	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
36	4	4	5	5	4	4	4	3	4	37
37	4	4	5	5	4	3	4	2	3	34
38	2	3	2	5	2	3	4	3	3	27
39	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39
40	4	3	5	5	3	4	5	3	3	35
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
42	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
43	4	4	3	3	3	4	3	2	4	30
44	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
45	4	4	3	4	4	4	4	2	4	33
46	4	3	5	5	4	3	3	3	4	34
47	4	3	3	5	4	4	4	3	5	35
48	4	4	4	5	5	3	4	3	3	35
49	5	5	5	5	5	4	4	3	5	41
50	3	3	3	5	5	3	3	3	3	31
51	5	4	4	5	5	5	5	3	5	41
52	4	3	3	5	4	4	4	4	5	36
53	4	3	4	5	4	3	3	4	4	34
54	5	5	4	5	5	4	3	3	5	39
55	4	4	4	5	5	4	4	4	4	38
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	5	4	3	4	4	3	3	4	4	34
58	5	5	4	5	5	4	5	4	4	41
59	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
60	5	5	5	5	5	4	3	3	3	38
61	3	2	3	5	4	2	4	2	4	29
62	5	4	5	5	4	3	5	3	4	38
63	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
64	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43
65	5	5	5	5	5	5	1	1	5	37
66	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
68	3	4	3	5	4	4	5	3	5	36
69	4	2	4	5	3	4	4	4	4	34
70	3	3	2	5	5	4	5	2	5	34
71	4	4	3	5	5	5	4	4	3	37
72	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39

73	3	4	4	3	5	4	5	4	4	36
74	4	5	4	5	4	5	5	5	4	41
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
76	3	3	3	5	4	3	4	2	4	31
77	5	5	4	5	4	4	4	3	4	38
78	4	4	4	5	5	3	3	4	4	36
79	2	3	4	5	4	4	4	3	4	33
80	4	3	4	5	4	3	3	3	4	33
81	4	4	5	5	4	3	4	4	4	37
82	4	4	5	5	5	5	4	4	5	41
83	4	3	3	4	3	3	3	3	3	29
84	4	4	5	5	3	3	4	3	3	34
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	4	4	5	5	5	4	4	3	5	39
87	5	4	4	5	3	3	4	3	4	35
88	4	4	4	5	4	4	3	2	4	34
89	2	4	5	5	5	5	5	5	5	41
90	3	5	4	5	5	5	5	5	5	42
91	4	4	4	4	4	4	4	3	5	36
92	2	3	3	5	4	4	4	2	4	31
93	4	5	4	5	4	3	4	3	5	37
94	5	5	4	4	4	4	5	4	4	39
95	4	3	4	5	5	4	5	3	5	38
96	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
97	4	5	4	5	5	4	4	2	5	38
98	4	4	5	5	3	4	4	2	3	34
99	4	4	3	5	4	3	4	4	5	36
100	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40

2. Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

No	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
1	5	4	4	4	4	21
2	1	3	2	2	2	10
3	5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	4	4	23
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	4	3	3	19

8	4	5	5	5	4	23
9	4	4	4	4	4	20
10	5	4	4	4	3	20
11	5	4	5	4	4	22
12	4	5	5	4	4	22
13	4	4	4	5	4	21
14	4	4	5	5	5	23
15	4	5	5	4	4	22
16	5	5	5	2	2	19
17	4	4	5	4	3	20
18	4	4	4	2	2	16
19	5	5	5	5	3	23
20	5	5	4	4	4	22
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	5	4	24
23	4	5	4	4	4	21
24	5	4	4	4	4	21
25	4	4	4	3	3	18
26	5	5	5	5	4	24
27	5	5	5	5	2	22
28	5	5	5	4	4	23
29	4	3	4	3	4	18
30	4	4	4	3	3	18
31	4	4	4	4	3	19
32	4	4	4	2	3	17
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	3	3	18
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	3	3	3	17
38	4	4	3	3	2	16
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	3	3	18
41	5	4	4	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20
43	4	3	4	3	4	18
44	5	4	5	5	5	24
45	5	5	4	4	3	21
46	4	4	4	3	3	18

47	5	5	5	5	4	24
48	4	4	4	4	3	19
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	4	24
51	4	5	4	5	4	22
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	5	3	3	21
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	4	24
57	5	5	4	4	4	22
58	5	5	5	5	5	25
59	5	4	4	4	4	21
60	5	5	5	4	4	23
61	4	4	4	4	3	19
62	5	4	3	3	4	19
63	5	5	5	4	4	23
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	25
67	5	5	5	5	5	25
68	5	4	4	4	4	21
69	5	5	5	4	4	23
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	5	21
72	4	5	5	5	5	24
73	4	4	4	4	5	21
74	5	5	5	4	4	23
75	5	5	5	5	5	25
76	4	5	4	4	4	21
77	5	5	5	5	5	25
78	4	5	5	5	4	23
79	4	4	4	4	2	18
80	5	4	4	4	4	21
81	4	4	5	3	4	20
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	4	3	3	20
84	4	4	4	3	3	18
85	4	4	4	4	3	19

86	4	4	4	4	5	21
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	3	3	18
89	5	5	5	5	5	25
90	5	3	5	3	2	18
91	5	4	4	4	4	21
92	5	5	5	4	4	23
93	4	4	4	4	3	19
94	5	5	4	4	4	22
95	5	5	5	5	5	25
96	5	4	4	4	4	21
97	4	4	4	3	3	18
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	3	4	4	19
100	4	5	5	4	4	22

3. Variabel Gaya Hidup Digital (X3)

No	GHD1	GHD2	GHD3	GHD4	GHD5	GHD6	Total
1	4	5	3	4	4	4	24
2	2	4	3	5	4	5	23
3	5	4	4	5	4	4	26
4	4	2	3	4	4	4	21
5	3	4	3	3	3	4	20
6	5	2	3	5	2	4	21
7	2	5	3	4	1	4	19
8	4	3	2	4	3	4	20
9	4	3	3	4	3	4	21
10	4	3	2	4	3	5	21
11	4	4	3	4	3	4	22
12	4	4	4	3	4	5	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	3	3	4	3	4	20
15	3	3	3	5	5	4	23
16	2	4	5	5	4	5	25
17	3	3	3	5	2	4	20
18	3	3	2	3	4	5	20
19	4	3	3	5	3	5	23
20	3	2	3	4	5	5	22

21	4	3	3	2	2	4	18
22	4	4	3	4	3	4	22
23	4	4	3	2	2	3	18
24	4	4	4	3	4	5	24
25	3	3	3	3	2	5	19
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	2	3	5	5	23
28	4	4	4	4	4	5	25
29	4	4	3	4	4	4	23
30	4	2	4	4	3	4	21
31	3	2	2	3	4	4	18
32	4	2	2	3	4	4	19
33	3	4	3	4	4	4	22
34	3	4	4	5	2	3	21
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	4	4	4	3	5	23
38	3	3	3	3	3	3	18
39	4	4	2	2	3	3	18
40	3	3	3	3	3	4	19
41	5	3	3	4	4	4	23
42	4	3	3	4	3	4	21
43	2	3	3	4	5	5	22
44	5	5	5	4	5	5	29
45	3	3	3	4	3	3	19
46	3	3	3	3	2	4	18
47	4	4	4	4	3	5	24
48	3	3	3	3	3	4	19
49	3	2	2	3	4	5	19
50	4	3	2	2	3	4	18
51	4	4	4	4	3	5	24
52	3	2	2	3	3	3	16
53	4	3	3	4	4	5	23
54	4	3	2	4	4	5	22
55	5	4	3	5	3	4	24
56	4	4	3	4	3	4	22
57	4	4	4	3	4	3	22
58	4	5	5	5	5	5	29
59	4	3	4	4	4	4	23

60	3	3	3	3	4	4	20
61	2	3	2	4	4	4	19
62	2	2	3	3	4	4	18
63	4	4	4	4	5	5	26
64	4	3	4	5	3	5	24
65	5	5	1	5	5	5	26
66	5	5	5	5	4	4	28
67	5	5	5	4	3	5	27
68	3	4	5	4	3	4	23
69	4	3	3	4	3	4	21
70	5	5	5	5	3	5	28
71	4	1	3	4	4	5	21
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	2	4	4	5	23
74	5	4	2	5	1	4	21
75	5	2	2	5	1	5	20
76	2	4	4	4	3	4	21
77	4	4	3	4	2	4	21
78	4	4	2	3	5	5	23
79	4	3	3	4	4	5	23
80	4	4	4	4	3	4	23
81	4	3	3	2	2	3	17
82	5	4	4	4	3	3	23
83	3	3	3	3	4	4	20
84	3	3	3	3	3	4	19
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	3	4	4	4	23
87	3	3	3	4	3	4	20
88	3	4	2	4	3	5	21
89	5	5	3	5	5	5	28
90	3	5	3	2	3	5	21
91	3	4	3	5	4	4	23
92	3	3	3	3	2	4	18
93	3	2	2	4	3	5	19
94	5	4	3	4	3	5	24
95	4	3	4	4	3	5	23
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	5	2	3	3	5	22
98	3	4	3	3	4	5	22

99	3	4	3	3	3	4	20
100	3	4	3	4	2	3	19

4. Keputusan Menggunakan (Y)

No	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	1	2	1	1	2	7
3	5	5	5	5	5	25
4	3	4	2	3	4	16
5	4	3	3	3	3	16
6	2	4	3	2	3	14
7	2	3	3	2	4	14
8	3	4	3	3	5	18
9	3	4	4	4	4	19
10	4	4	4	3	4	19
11	3	4	3	3	4	17
12	5	4	5	4	5	23
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	3	4	3	3	4	17
16	4	4	2	4	5	19
17	4	4	4	2	3	17
18	2	3	2	2	4	13
19	5	4	5	3	3	20
20	4	3	4	4	3	18
21	2	3	4	2	4	15
22	4	4	4	4	4	20
23	3	4	4	4	4	19
24	4	3	3	3	4	17
25	3	3	3	4	3	16
26	4	5	4	4	3	20
27	4	4	4	2	2	16
28	4	4	4	5	5	22
29	4	3	3	4	4	18
30	4	3	3	3	4	17
31	4	4	4	2	4	18
32	4	4	4	2	3	17
33	3	3	3	3	3	15

34	2	3	3	2	3	13
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	3	4	19
37	2	3	2	2	3	12
38	3	3	3	2	2	13
39	2	4	4	4	4	18
40	3	3	3	3	5	17
41	5	4	4	4	4	21
42	4	3	3	3	3	16
43	2	2	1	1	1	7
44	5	5	5	4	4	23
45	4	3	3	3	4	17
46	4	4	3	3	4	18
47	4	5	3	3	4	19
48	3	4	4	3	4	18
49	4	4	4	5	5	22
50	3	3	3	2	1	12
51	4	4	4	4	5	21
52	3	3	3	3	3	15
53	3	4	3	3	4	17
54	5	5	5	4	5	24
55	4	4	4	3	4	19
56	4	5	5	5	5	24
57	5	4	5	5	5	24
58	4	5	5	5	5	24
59	2	4	4	4	4	18
60	4	4	3	4	4	19
61	2	3	3	3	3	14
62	5	5	4	3	4	21
63	5	4	4	4	4	21
64	4	5	3	3	5	20
65	5	5	5	5	5	25
66	5	4	4	5	5	23
67	5	5	4	5	5	24
68	3	4	3	3	4	17
69	2	4	4	2	4	16
70	4	5	5	5	5	24
71	4	4	3	3	4	18
72	5	5	5	5	5	25

73	3	4	4	3	5	19
74	2	4	2	2	4	14
75	5	5	5	5	5	25
76	2	4	3	4	4	17
77	4	4	3	3	4	18
78	4	3	4	3	4	18
79	2	3	2	2	4	13
80	3	4	3	5	4	19
81	4	4	4	3	4	19
82	4	5	5	4	5	23
83	3	3	3	3	4	16
84	3	3	3	3	4	16
85	4	3	3	2	4	16
86	4	4	4	3	4	19
87	4	4	3	4	4	19
88	2	3	3	3	3	14
89	2	5	3	3	4	17
90	3	3	3	3	3	15
91	4	4	4	3	5	20
92	4	4	3	3	4	18
93	3	4	3	2	4	16
94	3	4	4	4	4	19
95	4	5	4	4	5	22
96	4	4	4	4	4	20
97	2	3	3	3	2	13
98	4	3	3	3	4	17
99	3	4	3	3	4	17
100	4	4	3	4	5	20

	Sig. (2-tailed)	.488	.316	.262	.903	.878	.001		.000	.120	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK8	Pearson Correlation	.235*	.268**	.270**	-.016	.229*	.408**	.393**	1	.039	.624**
	Sig. (2-tailed)	.018	.007	.007	.872	.022	.000	.000		.697	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
LK9	Pearson Correlation	.014	.277**	-.017	.161	.369**	.253*	.156	.039	1	.469**
	Sig. (2-tailed)	.888	.005	.868	.110	.000	.011	.120	.697		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.498**	.715**	.538**	.260**	.589**	.647**	.441**	.624**	.469**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

b. Variabel Kemudahan Penggunaan

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total
KP1	Pearson Correlation	1	.531**	.572**	.426**	.341**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.531**	1	.659**	.573**	.386**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.572**	.659**	1	.576**	.425**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

GHD5	Pearson Correlation	.081	.155	.157	.141	1	.372**	.559**
	Sig. (2-tailed)	.426	.124	.118	.162		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
GHD6	Pearson Correlation	.128	.132	.059	.247*	.372**	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.204	.191	.563	.013	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.551**	.642**	.634**	.614**	.559**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

d. Variabel Keputusan Menggunakan

		Correlations					
		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	Total
KM1	Pearson Correlation	1	.526**	.640**	.569**	.450**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KM2	Pearson Correlation	.526**	1	.648**	.578**	.607**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KM3	Pearson Correlation	.640**	.648**	1	.625**	.474**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KM4	Pearson Correlation	.569**	.578**	.625**	1	.624**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

KM5	Pearson Correlation	.450**	.607**	.474**	.624**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.798**	.806**	.833**	.847**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Reliabilitas

a. Variabel Literasi Keuangan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.689	9

b. Variabel Kemudahan Penggunaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5

c. Variabel Gaya Hidup Digital

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.613	6

d. Variabel Keputusan Menggunakan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	5

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.54850373
Most Extreme Differences	Absolute		.086
	Positive		.058
	Negative		-.086
Test Statistic			.086
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.062
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.060
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.054
		Upper Bound	.066
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.			

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-7.832	2.851		-2.748	.007		

Literasi Keuangan	.268	.089	.271	3.014	.003	.659	1.518
Kemudahan Penggunaan	.550	.116	.414	4.740	.000	.696	1.437
Gaya Hidup Digital	.213	.100	.175	2.127	.036	.784	1.276

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.815	1.804		1.006	.317
	Literasi Keuangan	-.020	.056	-.045	-.359	.720
	Kemudahan Penggunaan	.042	.073	.070	.569	.571
	Gaya Hidup Digital	.000	.063	.000	-.003	.998

a. Dependent Variable: RES2

4. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.832	2.851		-2.748	.007
	Literasi Keuangan	.268	.089	.271	3.014	.003
	Kemudahan Penggunaan	.550	.116	.414	4.740	.000
	Gaya Hidup Digital	.213	.100	.175	2.127	.036

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.832	2.851		-2.748	.007
	Literasi Keuangan	.268	.089	.271	3.014	.003
	Kemudahan Penggunaan	.550	.116	.414	4.740	.000
	Gaya Hidup Digital	.213	.100	.175	2.127	.036

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

b. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	616.398	3	205.466	30.676	.000 ^b
	Residual	642.992	96	6.698		
	Total	1259.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan
 b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Digital, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan

c. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.489	.473	2.588

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Digital, Kemudahan Penggunaan, Literasi Keuangan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Latifah Choirunnisa
2. NIM : 2017202260
3. Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
4. Program Studi : Perbankan Syariah
5. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 27 November 2002
6. Alamat : Jl. Brigjen Katamso RT 05/01 Purwokerto
7. No HP : 088216087321
8. E-mail : latifahchoirunnisa50@gmail.com
9. Nama Orang Tua
 - Ayah : Achmad Fatoni
 - Ibu : Peni Suryanti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD : MIN Banyumas
 - b. SMP : SMP Negeri 7 Purwokerto
 - c. SMK : SMK Negeri 1 Purwokerto
 - d. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto (S1 dalam proses)
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Darul Falah

Purwokerto, 14 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



Latifah Choirunnisa
NIM. 2017202260