

Volume 8 Nomor 2 Agustus 2023

e-ISSN 2541-0938
p-ISSN 2657-1528

JURKAMI

Jurnal Pendidikan Ekonomi

JURKAMI

VOLUME
8

NOMOR
2

SINTANG
AGUSTUS
2023

e-ISSN
2541-0938
p-ISSN
2657-1528



DEWAN REDAKSI

Munawar Thoharudin, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia (Editor in Chief)
Aditya Aditya Halim Perdana Kusuma, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Aniek Hindrayani, Universitas Sebelas Maret, Indonesia
Anna Marganingsih, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Dessy Triana Relita, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Diyah Santi Hariyani, Universitas PGRI Madiun, Indonesia
Emilia Dewiwati Pelipa, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia
Fitria Fitria, Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia
Husni Syahrudin, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Inda Fresti Puspitasari, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia
Maria Ulfah, Universitas Tanjungpura Pontianak, Indonesia
Nikmatul Masruroh, UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia
Nuraini Asriati, Universitas Tanjungpura, Indonesia
Rio Nardo, Universitas Binawan, Indonesia
Suwinto Johan, President University, Indonesia
Yulia Suriyanti, STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, Indonesia

TIM REVIEWER

Abdul Mujib, Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung, Indonesia
Abdul Samad, Universitas Fajar, Indonesia
Abdul Wahab, Universitas Muslim Indonesia, Indonesia
Bambang Ismanto, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia
Dadang Lesmana, Badan Riset dan Inovasi Daerah Kab. Kutai Timur, Indonesia
Dewi Kusuma Wardani, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
Dicki Hartanto, UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia
Dudung Ma'ruf Nuris, Universitas Negeri Malang, Indonesia
Eko Eddy Supriyanto, STKIP Nahdlatul Ulama Tegal, Indonesia
Febrianty Febrianty, Politeknik PalComTech, Indonesia
Muhammad Syaiful, Universitas Sembilanbelas November Kolaka
Mohammad Hamim Sultoni, Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia
M Dana Prihadi, Poltekkes YBA Bandung, Indonesia
M. Rudi Irwansyah, Universitas Pendidikan Ganesha, Indonesia
Muh. Fahrurrozi, Universitas Hamzanwadi, Indonesia
Muhammad Hasan, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Ihsan Said Ahmad, Universitas Negeri Makassar, Indonesia
Muhammad Rahmattullah, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia
Reni Yuliviona, Universitas Bung Hatta, Indonesia
Rhini Fatmasari, Universitas Terbuka, Indonesia
Sodik Dwi Purnomo, Universitas Wijaya kusuma Purwokerto, Indonesia
Sugiharsono, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia
Suratno Suratno, Universitas Jambi, Indonesia
Tutut Suryaningsih, Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung, Indonesia
Umi Kalsum, Universitas Sriwijaya, Indonesia
Yapiter Marpi, Universitas Jakarta, Indonesia
Zulfia Hanum Alfi Syahr, Badan Riset dan Inovasi Nasional, Indonesia

Alamat Redaksi:

Jln. Pertamina Sengkuang Km.4, Kotak Pos 126, Kecamatan Sintang, Kabupaten Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia

Email: jurnaljurkami@gmail.com

Penerbit: LPPM STKIP Persada Khatulistiwa Sintang





PENGARUH KEMUDAHAN, PROMOSI, RESIKO DAN FITUR TERHADAP
PENGUNAAN FLIP DENGAN VARIABEL INTERVENING SIKAP DI BANGKALAN

Thalia Andjani¹, Manah Tarman[✉], Aulia Dawam³

Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Bangkalan, Indonesia¹²³

✉Corresponding Author Email: tanmanah@stkipgri-bkl.ac.id

Author Email: thaliaandjani02@gmail.com¹, dawam@stkipgri-bkl.ac.id³

Abstract:

Article History:

Received: June 2023

Revision: July 2023

Accepted: July 2023

Published: August 2023

Keywords:

Promotion;

Risk;

Features;

Flip;

Attitude

This study was made to determine the effect of ease of use, promotion, risk and service features on the use of e-wallet (Flip) with attitude as an intervening variable in Bangkalan City. The independent variables are ease of use, promotion, risk, and service features, with the dependent variable being use and the intervening variable being attitude. The sample is the population of Bangkalan city totaling 100 respondents. Sampling was done by Snowball sampling technique. The analysis technique used is validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression test including f test and t test. The results showed that simultaneously the x variable had an effect on the z variable (attitude) F counted 68,413 and a significance value of 0.00 < 0.1, simultaneously the x variable had an effect on the y variable (Usage) with an calculated F value of 121,605 and a significance value of 0, 00 < 0.1, the variable y affects the variable z because in equation 1 the result is a significance value of 0.058 > 0.05, but simultaneously the variable x on y through z does not have a significant effect because in equation 2 the value of direct influence > influence indirect.

Abstrak:

Sejarah Artikel

Diterima: Juni 2023

Direvisi: Juli 2023

Disetujui: Juli 2023

Diterbitkan: Agustus 2023

Kata kunci:

Promosi;

Resiko;

Fitur;

Flip;

Sikap

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan, promosi, resiko dan fitur layanan terhadap penggunaan e-wallet (Flip) dengan sikap sebagai variabel intervening di Kota Bangkalan. Variabel bebasnya yaitu kemudahan penggunaan, promosi, resiko, dan fitur layanan, dengan variabel terikat penggunaan dan variabel intervening ialah Sikap. Sampelnya yaitu penduduk kota Bangkalan berjumlah 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Snowball sampling. Teknik analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda meliputi Uji f dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel x berpengaruh terhadap variabel z (Sikap) F hitung 68.413 dan nilai signifakansinya 0,00 < 0,1, secara simultan variabel x berpengaruh terhadap variabel y (Penggunaan) dengan nilai F hitung 121.605 dan nilai signifkansinya 0,00 < 0,1, variabel y berpengaruh terhadap variabel z karena pada persamaan 1 didapatkan hasil nilai signifikansi y sebesar 0,058 > 0,05, namun secara simultan variabel x terhadap y melalui z tidak berpengaruh secara signifikan karena pada persamaan 2 nilai pengaruh langsung > pengaruh tidak langsung.



How to Cite: Andjani, T., Tarman, M., Dawam, A. 2023. Pengaruh Kemudahan, Promosi, Resiko dan Fitur Terhadap Penggunaan Flip Dengan Variabel Intervening Sikap di Bangkalan. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 8 (2) DOI : 10.31932/jpe.v8i2.2532



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa banyak pengaruh terhadap kebiasaan dan perilaku masyarakat. Hal tersebut membuat masyarakat membutuhkan sesuatu yang cepat dan mudah untuk setiap kegiatan mereka. Perkembangan teknologi dalam sistem pembayaran merupakan salah satu hal yang diharapkan oleh masyarakat agar kegiatan ekonomi mereka lebih efektif dan efisien. Pada saat ini, terdapat banyak pilihan untuk melakukan transaksi keuangan. Perkembangan teknologi yang terus berkembang pesat membuat sistem pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai (Rodiah dan Melati 2020).

Penggunaan aplikasi Flip yang terus meningkat dari tahun ke tahun tidak terlepas dari sikap konsumen atau pengguna dalam memberikan masukan dan penilaian terhadap aplikasi tersebut. Flip adalah salah satu aplikasi untuk melakukan transfer antar bank dengan bebas biaya administrasi yang bisa diakses melalui perangkat Android dan IOS yang diharapkan ini menjadi solusi bagi masyarakat untuk memanfaatkan fitur atau layanan transfer beda bank dengan gratis biaya administrasi. *Start-up* lokal kreasi anak bangsa ini berada dibawah naungan PT *Flipitech* Lentera Inspirasi Pertiwi, flip.id bekerja sebagai jembatan transaksi antar bank dan telah mendapatkan lisensi dari Bank Indonesia pada tanggal 4 Oktober 2016 dengan nomor izin 18 atau 196 atau DKSP atau 68 (Flip.id 2022). Hingga bulan Desember 2022, Aplikasi Flip telah digunakan oleh lebih dari 10 juta pengguna dan mendapatkan rating 4.4 di *Google PlayStore*.

Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respons yang konsisten terhadap suatu objek, seperti merek atau aplikasi (Sudaryono, 2016). Proses perubahan sikap, perubahan sikap yang dapat diamati dalam proses pembelajaran, serta tujuan yang ingin dicapai, kemantapan dan konsistensi terhadap sesuatu (Umpang dan Thoharudin, 2018).

Sikap konsumen dapat berubah dengan adanya pengaruh seperti kemudahan penggunaan, promosi, pertimbangan faktor resiko, Dalam membeli atau menggunakan sesuatu sikap mempertimbangkan risiko adalah sikap yang benar, dengan mempertimbangkan risiko yang ada maka akan meminimalisir kesalahan, kekecewaan setelah pembelian atau penggunaan. Selain risiko dalam penggunaan, pengguna juga melihat dan tertarik dengan sebuah aplikasi karena fitur layanan yang disediakan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. (Sitorus dan Utami 2017)

Beberapa pengguna juga melihat segi bahaya atau risiko dari aplikasi dalam jangka pendek maupun panjang. Faktor risiko menjadi pertimbangan pengguna menggunakan layanan transaksi. Istilah risiko sudah biasa dipakai dalam kehidupan sehari-hari, umumnya sudah memahami apa dimaksudkan. Secara ilmiah pengertian risiko masih tetap



beragam. Ada banyak definisi tentang risiko. Risiko dapat ditafsirkan sebagai bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi nantinya dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan pada saat ini. Risiko pada umumnya dipandang sebagai sesuatu yang negatif, seperti kehilangan, bahaya, dan konsekuensi lainnya. Selain risiko dalam penggunaan, pengguna juga melihat dan tertarik dengan sebuah aplikasi karena fitur layanan yang disediakan.

Fitur layanan dalam sebuah aplikasi sangat di perhatikan oleh calon pengguna suatu produk. Seseorang akan selalu menyelaraskan fitur yang ada pada produk dengan taksiran yang ditawarkan. fitur ini juga merupakan bagian dari penentu kepuasan pengguna saat menggunakan layanan *e-wallet*.

Penelitian Kustina (2020) melihat bahwa skor kontrol dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan pada sikap dan preferensi nasabah dalam menggunakan mobile banking, sedangkan sikap berpengaruh positif dan signifikan pada minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Namun, penelitian Afandi et al (2021) menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan dan kemudahan berpengaruh pada sikap sebagai variabel mediasi, sedangkan persepsi kepercayaan tidak berpengaruh pada sikap. Selain itu, penelitian Rahma (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat-risiko, dan persepsi kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan pada preferensi penggunaan dompet elektronik (*ShopeePay*) di Yogyakarta, tetapi persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan. Dalam konteks tersebut, penelitian ini akan

mengeksplorasi manfaat dari aplikasi dompet elektronik Flip sebagai alat transaksi. Dalam penelitian ini membahas faktor dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan *e-wallet* Flip melalui sikap pengguna pada masyarakat di Bangkalan. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan antara lain kemudahan penggunaan, promosi, risiko, dan fitur layanan.

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan bisa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* Flip di kota Bangkalan melalui sikap pengguna umum di Bangkalan.

METODE PENELITIAN

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sehingga metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan, data kualitatif yang diangketkan (*skoring*) misalnya terdapat dalam skala pengukuran (Garaika dan Darmanah 2019)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data primer berupa penyebaran kuesioner dan data sekunder diperoleh dari jurnal, skripsi, artikel, e-book, literature dan data statistik. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua data yakni primer berupa kuesioner menggunakan skala likert dan data sekunder menggunakan observasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (X), variabel terikat (Y) dan Variabel Intervening (Z). Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk kota Bangkalan yang menggunakan *e-wallet* (Flip). Jumlah



populasi penduduk yang menggunakan *e-wallet* (Flip) tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini adalah penduduk kota Bangkalan yang menggunakan *e-wallet* (Flip) berjumlah 100 orang responden.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda (uji f, uji R^2 , uji t) dengan penyajian rumus dan keterangan dari rumus bisa dilihat di bawah:

$$Z = a + b_1 + x_1 + b_2 + x_2 + b_3 + x_3 + b_4 + x_4 + e \quad (1)$$

$$Y = a + b_1 + x_1 + b_2 + x_2 + b_3 + x_3 + b_4 + x_4 + e \quad (2)$$

$$Z = a + Y + e \quad (3)$$

$$Y = a + Z + b_1 + x_1 + b_2 + x_2 + b_3 + x_3 + b_4 + x_4 + e \quad (4)$$

Dimana **Y** merupakan Variabel dependen (Penggunaan *E-wallet* (Flip)); **Z** merupakan Variabel intervening (Sikap); **a** merupakan Bilangan konstanta; **b** merupakan Koefisien regresi; **X1** merupakan Variabel independen satu (Kemudahan Penggunaan); **X2** merupakan Variabel independen dua (Promosi); **X3** merupakan Variabel independen tiga

(Risiko); **X4** merupakan Variabel independen empat (Fitur Layanan); dan **e** merupakan *Error item*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan total keseluruhan data responden lebih unggul responden perempuan dibandingkan dengan responden laki-laki. Hal ini dikarenakan perempuan lebih gemar menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi dalam berbelanja.

Pada karakteristik responden berdasarkan usia, usia yang lebih dominan menggunakan *e-wallet* (Flip) yaitu dengan total responden yang berusia 21-24 Tahun sebanyak 63%. Hal ini didukung oleh penelitian Amalia dan Puspasari (2022) mendapatkan hasil penelitian bahwa di Indonesia saat ini didominasi oleh generasi muda, yang cenderung lebih terbiasa dan familiar dengan teknologi terkini, termasuk *e-wallet*.

Berdasarkan hasil pengujian yang dengan bantuan program SPSS, untuk R^2 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Uji R^2

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.915 ^a	.837	.830	.934

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Besarnya nilai *Rsquare* yang ada pada model Summary adalah sebesar 0,837, hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh kemudahan penggunaan (X1), promosi (X2), resiko (X3) dan fitur layanan (X4) pada penggunaan (Y) adalah sebesar 83,7%, sementara sisanya 16,3% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Sementara itu, untuk nilai $e1$ bisa dicari dengan rumus $e1 = \sqrt{(1-0,837)} = 0,403$.

Mengacu pada output model Regresi 2 pada bagian table *Coefficients* diperoleh nilai signifikansi dari Kemudahan Penggunaan (X1) dan Promosi (X2) > 0,05 sehingga bisa dikatakan bahwa dua variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan pada Resiko (X3), Fitur Layanan (X4), dan Penggunaan (Y) Memperoleh hasil signifikansi lebih kecil



dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian tersebut memberikan kesimpulan bahwa Resiko (X3), Fitur Layanan (X4), dan Penggunaan (Y) berpengaruh signifikan pada Sikap (Z), namun Kemudahan Penggunaan (X1) dan Promosi (X2) tidak berpengaruh signifikan pada Sikap (Z).

Mengacu pada output model Regresi 1 pada bagian table *Coefficients* diperoleh

nilai signifikansi dari keempat variabel <0,05. Berdasarkan hasil pengujian tersebut memberikan kesimpulan bahwa pengaruh kemudahan penggunaan (X1), promosi (X2), resiko (X3) dan fitur layanan (X4) berpengaruh signifikan pada penggunaan (Y).

Tabel 2. Model Regresi 1 Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	<i>Regression</i>	399.584	5	79.917	68.413	.000 ^b
	<i>Residual</i>	109.806	94	1.168		
	<i>Total</i>	509.390	99			

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai F hitung yaitu 68.413, sedangkan nilai F tabel sebesar 2,46. Dengan demikian nilai F hitung $68.413 > 2,46$ dan untuk nilai signifikansinya $0,00 < 0,1$. Sehingga bisa

disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X1), promosi (X2), resiko (X3), dan fitur layanan (X4), Penggunaan (Y) berpengaruh secara simultan pada Sikap (Z).

Tabel 3. Model Regresi 2 Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	<i>Regression</i>	424.160	4	106.040	121.605	.000 ^b
	<i>Residual</i>	82.840	95	.872		
	<i>Total</i>	507.000	99			

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai F hitung 121.605, sedangkan nilai F tabel sebesar 2,14. Dengan demikian nilai F hitung $121.605 > 2,46$ dan untuk nilai signifikansinya $0,00 < 0,1$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X1), promosi (X2), resiko (X3), dan fitur layanan (X4) berpengaruh secara simultan pada Penggunaan (Y).

Dari perhitungan yang sudah dilakukan diperoleh Persamaan 1, **X1 pada Y** memperoleh nilai signifikansi X1 sebesar $0,007 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada

pengaruh signifikan X1 pada Y; **X2 pada Y** memperoleh nilai signifikansi X2 sebesar $0,017 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada pengaruh signifikan X2 pada Y; **X3 pada Y** memperoleh nilai signifikansi X1 sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada pengaruh signifikan X1 pada Y; **X4 pada Y** memperoleh nilai signifikansi X3 sebesar $0,019 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada pengaruh signifikan X3 pada Y; **X1 pada Z** memperoleh nilai signifikansi X1

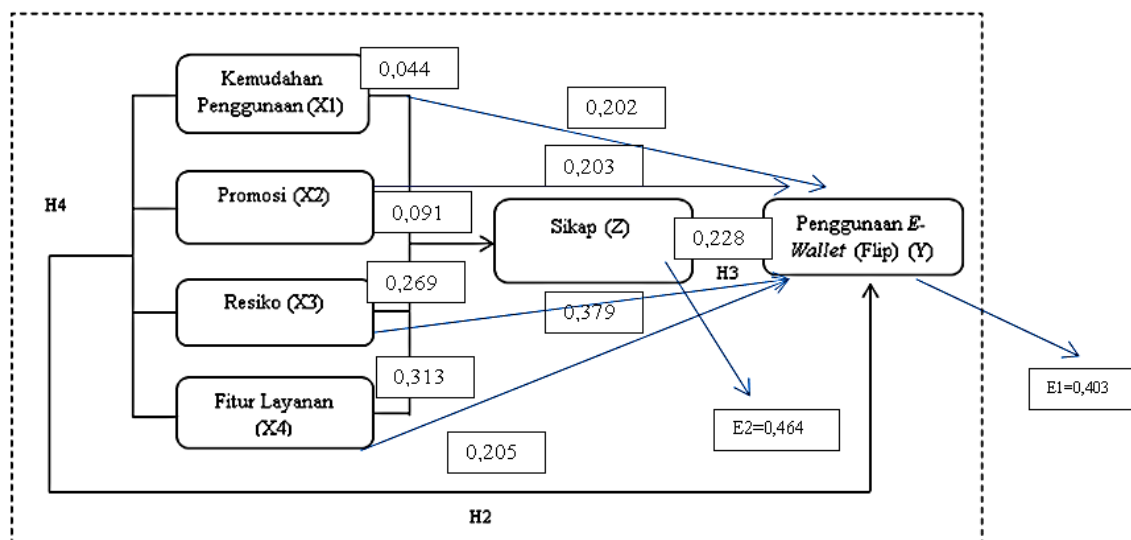
sebesar $0,616 > 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung tidak ada pengaruh signifikan X1 pada Z; **X2 pada Z** memperoleh nilai signifikansi X2 sebesar $0,360 > 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung tidak ada pengaruh signifikan X2 pada Z; **X3 pada Z** memperoleh nilai signifikansi X3 sebesar $0,018 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada pengaruh signifikan X3 pada Z; **X4 pada Z** memperoleh nilai signifikansi X4 sebesar $0,003 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada pengaruh signifikan X4 pada Z; dan, **Y pada Z** memperoleh nilai signifikansi Y sebesar $0,058 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada pengaruh signifikan Y pada Z.

Sedangkan Persamaan 2 yaitu: **Analisis pengaruh X1 melalui Z pada Y.** Pengaruh langsung yang diberikan X1 pada Y sebesar 0,202 sedangkan pengaruh tidak langsung X1 melalui Z pada Y adalah perkalian antara nilai beta X1 pada Y dengan nilai beta Z pada Y ($0,044 \times 0,228$) = 0,010. Maka pengaruh total yang diberikan X1 pada Y adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0,202 + 0,010 = 0,212$. Pada hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X1 melalui Z tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada Y yakni $0,202 > 0,010$. **Analisis pengaruh X2 melalui Z pada Y.** Pengaruh langsung yang diberikan X2 pada Y sebesar 0,203 sedangkan pengaruh tidak langsung X2 melalui Z pada Y adalah perkiraan antara nilai beta X2 pada Y dengan nilai beta Z pada Y ($0,203 \times 0,228$) = 0,046. Maka pengaruh total yang diberikan X2 pada Y adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak

langsung yaitu $0,203 + 0,046 = 0,249$. Pada hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X2 melalui Z tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada Y yakni $0,203 > 0,046$. **Analisis pengaruh X3 melalui Z pada Y.** Pengaruh langsung yang diberikan X3 pada Y sebesar 0,269 sedangkan pengaruh tidak langsung X3 melalui Z pada Y adalah perkiraan antara nilai beta X3 pada Y dengan nilai beta Z pada Y ($0,269 \times 0,228$) = 0,061. Maka pengaruh total yang diberikan X3 pada Y adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0,269 + 0,061 = 0,33$. Pada hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X3 melalui Z tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada Y yakni $0,061 > 0,33$. **Analisis pengaruh X4 melalui Z pada Y.** Pengaruh langsung yang diberikan X4 pada Y sebesar 0,205 sedangkan pengaruh tidak langsung X4 melalui Z pada Y adalah perkiraan antara nilai beta X4 pada Y dengan nilai beta Z pada Y ($0,205 \times 0,228$) = 0,467. Maka pengaruh total yang diberikan X4 pada Y adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0,205 + 0,467 = 0,106$ Pada hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X3 melalui Z tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada Y yakni $0,205 > 0,467$.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat peneliti tampilkan hasil pengujian Jalur Regresi Linier Berganda untuk Persamaan 1 dan Persamaan 2 yang mencakup pengaruh langsung dan juga pengaruh tidak langsung, dalam gambar 1 berikut:





Gambar 1
Jalur Regresi Linier Berganda

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Pengaruh kemudahan penggunaan, promosi, resiko, dan fitur layanan pada sikap penggunaan e-wallet (flip) di Kota Bangkalan. Hasil pengujian dari nilai F hitung $68.413 > 2,46$ dan untuk nilai signifikansinya $0,00 < 0,1$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X1), promosi (X2), resiko (X3), dan fitur layanan (X4), berpengaruh secara simultan pada Sikap (Z), yang berarti H1 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator dari empat variabel tersebut bisa mempengaruhi sikap pengguna e-wallet (Flip). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imelda et al (2023) membuktikan bahwa secara parsial kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang. secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, dan secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Secara simultan kemudahan

penggunaan, kualitas pelayanan, dan promosi terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang, berarti banyak konsumen yang percaya akan kinerja dari Grab.

Pengaruh kemudahan penggunaan, promosi, resiko, dan fitur layanan pada penggunaan e-wallet (flip) di Kota Bangkalan. Hasil pengujian dari uji F Memperoleh nilai F hitung $121.605 > 2,46$ dan untuk nilai signifikansinya $0,00 < 0,1$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan (X1), promosi (X2), resiko (X3), dan fitur layanan (X4) berpengaruh secara simultan pada Penggunaan (Y), yang berarti H2 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator keempat indikator dari variabel kemudahan penggunaan, promosi, resiko, dan fitur layanan berpengaruh pada penggunaan e-wallet (Flip).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desita dan Dewi (2022) membuktikan bahwa Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan

Fitur Layanan berpengaruh signifikan pada minat Menggunakan Transaksi *Non Cash* pada Aplikasi Dompot Elektronik (*E-wallet*).

Pengaruh sikap pada penggunaan e-wallet (flip) di Kota Bangkalan. Hasil pengujian dari regresi linier beraganda pada persamaan 1 dibisakan hasil bahwa nilai signifikansi Y sebesar $0,058 < 0,05$. Sehingga bisa disimpulkan bahwa secara langsung ada pengaruh signifikan Penggunaan (Y) pada Sikap (Z), yang berarti H3 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa indikator dari penggunaan (Y) seperti Frekuensi, Durasi, dan Aktifitas berpengaruh pada sikap konsumen Flip. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vervier (2019) Memperoleh hasil bahwa *in conclusion, such diversity of users as age and gender has a dominant effect on attitude on mhealth app*. Berarti, variabel penggunaan berpengaruh dominan pada sikap.

Pengaruh kemudahan penggunaan, promosi, resiko dan fitur layanan pada penggunaan e-wallet (flip) dengan sikap sebagai variabel intervening di Kota Bangkalan. Hasil pengujian dari regresi linier beraganda pada persamaan 2 dibisakan 4 (empat) hasil bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X1 melalui Z tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada Y, nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X2 melalui Z tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada Y, nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X3 melalui Z tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada Y, dan nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung X3 melalui Z tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada Y.

Sehingga, bisa disimpulkan tidak ada pengaruh yang signifikan pada kemudahan penggunaan, promosi, resiko, dan fitur layanan pada penggunaan *e-wallet* (Flip) dengan sikap sebagai variabel intervening yang berarti H4 ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika melalui indikator sikap tidak terlalu berpengaruh pada penggunaan *e-wallet* (Flip).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra, et al (2023) Penelitian ini memperoleh hasil bahwa *Using E-wallet for Payment Transactions which gets research results namely use does not have a significant effect if through attitude of use and behavioral intention to use. This is because the level of usage felt by Generation Z is still low and their attitude towards the existence of e-wallets is still not good. This causes their intention to use e-wallets as a means of payment transactions is still quite low*. Berarti, jika variabel penggunaan melalui variabel sikap maka tidak bisa berpengaruh signifikan karena tingkat penggunaan yang dirasakan Generasi Z masih rendah dan sikap mereka pada keberadaan *e-wallet* masih kurang baik, mereka hanya menggunakan *e-wallet* karena tingkat manfaat yang dirasakan masih rendah dan tidak ada niat yang sungguh serta kurangnya literasi.

Hal ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi dan edukasi mengenai penggunaan *e-wallet*, serta meningkatkan promosi dan manfaat dari penggunaan *e-wallet*. Selain itu, perlu juga dilakukan upaya untuk meningkatkan sikap positif Generasi Z pada keberadaan *e-wallet*



PENUTUP

Pada hasil dan pembahasan, maka bisa diambil kesimpulan mengenai penelitian ini yakni Ada pengaruh yang signifikan pada kemudahan penggunaan, promosi, reiko, dan fitur layanan pada sikap penggunaan *e-wallet* (Flip) karena nilai F hitung $68.413 > 2,46$ dan untuk nilai signifakansinya $0,00 < 0,1$, Ada pengaruh yang signifikan pada kemudahan penggunaan, promosi, resiko, dan fitur layanan pada penggunaan *e-wallet* (Flip) karena nilai F hitung $121.605 > 2,46$ dan untuk nilai signifakansinya $0,00 < 0,1$, Secara langsung ada pengaruh signifikan Penggunaan (Y) pada Sikap (Z) karena pengujian dari regresi linier beraganda pada persamaan 1 dibisakan hasil bahwa nilai signifikansi Y sebesar $0,058 < 0,05$. dan Tidak ada pengaruh yang signifikan pada kemudahan penggunaan, promosi, resiko, dan fitur layanan pada penggunaan *e-wallet* (Flip) dengan sikap sebagai variabel intervening karena pengujian dari regresi linier beraganda pada persamaan 2 dibisakan 4 (empat) hasil bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dari pengaruh tidak langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. ., Fadhillah, A. ., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan *E-wallet* Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2), 568–577. <https://doi.org/10.31004/innovative.v1i2.3123>
- Desita, W., Dewi, G.A.K.R.S. 2022. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Promosi dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash pada Aplikasi Dompot Elektronik (E-Wallet). *Jurnal Akuntansi Profesi* Volume 13 Nomor 1 2022,
- Garaika dan Darmanah. 2019. *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: CV. HIRA TECH.
- Imelda, A., Riana, P., & Apri,E.J. 2023. The Effect of Ease of Use Of The Application, Quality Of Service, And Promotion On Repurchase Interest (Grab Application Customer Study at PT Sido Muncul Kebon Jeruk) *Jurnal Ilmu Manajemen dan Ekonomika*, Vol.15, No. 2 Juni 2023:57-76.
- Kustina, K. 2020. “Pengaruh Locus of Control dan Perceived Risk pada Minat dalam Menggunakan Mobile Banking dengan Sikap Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Tugas Akhir* :1–121.
- Rahma, S. 2022. “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Kepercayaan dalam Menggunakan *E-wallet* (electronic wallet) di Yogyakarta (Studi Kasus: Pengguna *E-wallet* ShopeePay di Yogyakarta).” *Skripsi*.
- Rodiah, S., & Melati, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-wallet* pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 1(2), 66-80. doi:10.31331/jee.v1i2.1293
- Saputra, I. A. G., Yusuf, A., Hakim, L., & Rohayati, S.(2023). Determination of Generation Z's Intention in Using E-Wallet for Payment Transactions. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(1), 73-86.



Sitorus, O.F., Utami, N. 2017. Strategi Promosi Pemasaran, Jakarta

Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Umpang, M.D., Thoharudin, M. 2018. “Analisis Sikap Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu SMP Negeri 02 Tempunak.” *JURKAMI Volume 3, no 1, e-ISSN 2541-0938*, 2018.

Vervier, L.S., Valdez, A.C., and Ziefle, M. 2019. “Attitude”- mHealth Apps and Users’ Insights: An Empirical Approach to Understand the Antecedents of Attitudes towards mHealth Applications. *ICT4AWE - International Conference on Information and Communication Technologies for Ageing Well and e-Healt*

