



PENGARUH KEPUASAN PENGGUNA DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENGGUNA SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL GENERASI Z DI JAKARTA DENGAN LOYALITAS SEBAGAI MEDIASI

Talia Sarafina¹, Azhar², Indah Saraswati³ (*)

¹⁻³Universitas Trisakti

Abstract

There are many popular digital payment companies in Indonesia such as GoPay, M-Banking, OVO, DANA, ShopeePay, and others. To survive in the tight competition that exists, companies must always innovate that focus on consumers. The purpose of this study is to determine how the influence of user satisfaction and consumer behavior with loyalty as a mediation on the use of digital payments made by Generation Z in Jakarta.

Kata Kunci: Service quality, satisfaction, loyalty, partial least square

Juli - Desember 2023, Vol 12 (2) : hlm 177-193
©2023 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.
All rights reserved.

(*) Korespondensi: tsarafina.azhar@gmail.com (T. Sarafina), sarasss11528@gmail.com (I. Saraswati)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu cepat mempengaruhi peluang bisnis dan juga kegiatan individu maupun perusahaan. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang dimaksud adalah perkembangan alat pembayaran yang disebut uang elektronik dimana pembayaran tersebut dilakukan dengan sistem digital. Secara sederhana, uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Adapun uang elektronik dalam maksud Bank Indonesia didefinisikan sebagai uang elektronik (Electronic Money) didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, dan nilai uang elektronik yang di kelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Pembayaran non tunai juga dianggap lebih efisien dan sebagai alat pembayaran dan dapat menggeser peran uang tunai karena hal tersebut.

Jika berbicara tentang perkembangan pembayaran non tunai maka dapat dilihat dari awal mula penerbitan kartu pembayaran yang berupa kartu kredit dengan fungsi menggantikan pembayaran tunai. Adapun setelah itu hadirnya M-Banking atau uang elektronik semakin mempengaruhi perkembangan sistem pembayaran.

Pada bulan Mei 2019, menyatakan bahwa terdapat dua perusahaan yang memiliki aplikasi dompet digital paling populer di Indonesia yaitu GoPay dan OVO yang disusul oleh Tcash, dana, dan selanjutnya Paytren menurut data dari Bank Indonesia. Dapat disimpulkan dari pernyataan di atas bahwa GoPay adalah Dompet digital yang paling diminati di Indonesia.

Dalam meningkatkan kemampuan bersaing dalam hal ini terkait dengan pengembangan aplikasi dompet digital maka perusahaan harus melakukan inovasi strategi pemasaran yang fokus kepada konsumen. Hal tersebut berdasar pada pendapat Tjiptono, dkk dalam jurnal (Pradiatiningtyas et al., 2020) yang mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Pemenuhan kepuasan pelanggan menjadi alat dalam mewujudkan tujuan perusahaan, seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan keuntungan, memperluas pangsa pasar, dan lain sebagainya. Jika kepuasan konsumen terpenuhi maka loyalitas konsumen akan timbul sehingga konsumen akan berniat untuk melanjutkan pembelian berulang di masa yang akan datang.

Masyarakat yang menjadi pengguna pembayaran digital merasa mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, nyaman, aman, dan terpercaya. Selanjutnya pengguna aplikasi pembayaran digital Sebagian besar berada pada rentang umur 12-50 tahun. Dapat dikatakan bahwa Sebagian besar pengguna aplikasi pembayaran digital adalah Generasi Milenial dan Generasi Z.

Diketahui bahwa orang-orang yang terlahir pada tahun 1980-1990 an disebut dengan Generasi Milenial selain itu orang-orang yang lahir pada tahun 1995 – 2014 an disebut sebagai Gnerasi Z. Dalam maraknya teknologi dalam memperkenalkan seperti ponsel dan internet ke publik disaat itu banyak Generasi Milenial dan Generasi

Z yang menyaksikan itu. Itulah mengapa saat ini yang mengerti tentang teknologi dan penggunaan Internet adalah Generasi Milenial dan Generasi Z

Dalam perkembangan era serba digital ini, uang elektronik sangat memudahkan konsumen, terlebih apabila dikaitkan dengan kebiasaan penggunaan teknologi digital oleh Generasi Milenial dan Generasi Z karena beberapa hal diantaranya yaitu meyakinkan, mendorong (menikmati dan memperkaya hidup), dan menginspirasi (menganggap sebagai hal baru yang mengikuti perkembangan).

Terdapat 26% responden yang merasa percaya diri, aman, dan nyaman menggunakan digital payment, dan terdapat juga 19% responden yang merasa lebih efisien dan lebih mudah dalam manage pengeluaran mereka di dalam segmen reinsurance. Pada segmen yang menggemerikan, 25% responden yang mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan nikmatnya dalam menggunakan digital payment. Selain itu, terdapat 9% responden yang menggunakan digital payment untuk meningkatkan hubungan dengan orang lain. Terdapat 11% responden untuk pengguna baru yang mencari keuntungan dan 10% responden yang memiliki ekspektasi dalam digital payment yang lebih mudah untuk digunakan.

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui kepuasan pengguna terhadap sistem pembayaran digital pada generasi Z di Jakarta dengan loyalitas sebagai mediasi.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap sistem pembayaran digital pada generasi Z di Jakarta dengan loyalitas sebagai mediasi.
3. Untuk mengetahui loyalitas terhadap sistem pembayaran digital pada generasi Z di Jakarta.

METODE

Rancangan Penelitian

1. Penelitian Primer

Penelitian primer (primary research) ialah jenis penelitian yang mana peneliti menggunakan dan mengambil data dari sumber asli secara langsung. Artinya, peneliti merupakan tangan pertama yang mengumpulkan data. Cara pengumpulan data pada penelitian ini ialah menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan. Selain itu, peneliti melakukan penyebaran kuesioner online untuk mengumpulkan data.

Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Indriantoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79). Pada penelitian ini jawaban data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan generasi Z yang menggunakan pembayaran digital.

2. Penelitian Sekunder

Penelitian sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan dari studi kepustakaan (library research) dimana menggunakan penelitian terdahulu sebagai referensi seperti dari buku, jurnal, dan website resmi.

Indrianto dan Supomo dalam (Purhantara, 2010:80) mengatakan bahwa ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti berkaitan dengan data salah satunya ialah berkaitan dengan keakurasian data. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan mementingkan kesesuaian terhadap pertanyaan penelitian.

Variabel dan Pengukuran

Dalam sebuah penelitian tentu membutuhkan sebuah data dengan penjelasan untuk mendukung penelitian yang akan dibuat. Variabel ialah segala sesuatu yang dapat membedakan atau memberikan variasi pada nilai. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan mengenai variabel apa saja yang nantinya digunakan. Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini maka dapat diidentifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas (independent variabel) dan variabel terikat (dependent variabel).

Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat (Sugiyono, 2015). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tentang pengetahuan kepuasan pengguna dan perilaku konsumen terhadap produk Digital Payment, manfaat dan kelemahan produk Digital Payment, dan kemudahan cara menggunakan aplikasi tersebut. Sehingga, penelitian ini akan menghasilkan pengetahuan mengenai seberapa berpengaruh kepuasan pengguna dan perilaku konsumen generasi z di Jakarta dengan loyalitas terhadap penggunaan pembayaran Digital Payment.

Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2015). Variabel terikat dalam penelitian ini ialah tentang bagaimana kepuasan pengguna dan perilaku konsumen dengan loyalitas terhadap pengguna pembayaran digital oleh generasi Z.

Skala Pengukuran

Skala pengukuran ialah serangkaian klasifikasi yang menggambarkan mengenai sifat informasi dalam suatu nilai yang mana diberikan pada suatu variabel. Hal ini tentu saja bertujuan untuk menghubungkan beberapa nilai yang diberikan pada suatu variabel antara satu sama lain sehingga atas dasar itulah tingkat pengukuran digunakan untuk menggambarkan informasi.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah untuk meneliti keempat variabel menggunakan skala Likert dengan rincian seperti yang dibawah ini:

1. Angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Angka 2 = Tidak Setuju (TS)
3. Angka 3 = Netral (N)
4. Angka 4 = Setuju (S)
5. Angka 5 = Sangat Setuju (SS)

Butir-butir pertanyaan dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Produk

Responden akan diberikan pertanyaan seperti seberapa responden mengetahui adanya aplikasi Digital Payment, seberapa responden mengetahui cara top-up, seberapa responden mengetahui Digital Payment bisa digunakan untuk pembayaran di semua mitra usaha yang bekerja sama.

2. Manfaat Penggunaan Produk

Responden akan diberikan pertanyaan seperti apakah dengan adanya aplikasi pembayaran digital pengguna tidak usah lagi menyiapkan uang cash, apakah pembayaran secara digital menghemat waktu transaksi, apakah dengan menggunakan Digital Payment pengguna bisa menggunakan promo-promo yang tersedia, apakah dengan menggunakan pembayaran digital generasi Z tersebut merasa lebih murah daripada menggunakan uang tunai.

3. Kemudahan Penggunaan Produk

Responden akan diberikan pertanyaan seperti, apakah responden merasakan kemudahan dalam mempelajari dan menggunakan aplikasi pembayaran digital, apakah responden merasa dipermudah karna sudah tidak usah repot membawa uang cash, apakah responden merasakan kemudahan ketika akan melakukan transfer saldo pada aplikasi pembayaran digital .

Dengan melakukan skala pengukuran melalui pertanyaan variabel yang dilakukan melalui penyebaran kuisisioner, maka peneliti akan dengan mudah mendapatkan hasil mengenai seberapa berpengaruh pengaruh kepuasan dan loyalitas terhadap penggunaan pembayaran digital yang menggunakan Digital Payment yang dilakukan oleh generasi Z di Jakarta.

Uji Instrumen

Untuk mengetahui validitas dan reabilitas kuesioner, peneliti melakukan uji coba terhadap kuesioner tersebut. Agar dapat mengetahui bahwa ada pertanyaan yang mengandung jawaban yang kurang objektif, kurang jelas atau membingungkan (Sugiyono,2019 : 363).

Profil	Frekuensi	Persentase
Usia		
11 - 15 Tahun	2	2%
16 - 20 Tahun	98	98%

Jenis Kelamin		
Laki - laki	31	31%
Perempuan	69	69%
Digital Payment		
GoPay	15	15%
M-Banking	24	24%
DANA	13	13%
OVO	5	5%
ShopeePay	23	23%
Lain - lain	20	20%

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas adalah Uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Dalam pengertian yang mudah dipahami, uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Indikator uji validitas adalah : *loading factors* > 0,55 (item pernyataan menunjukkan valid) dan *loading factors* < 0,55 (item pernyataan menunjukkan tidak valid).

Tabel 1. Uji Validitas Kepuasan Pengguna

No. Item	Item Pertanyaan	<i>Loading factors</i>	Keputusan
1.	Saya merasa puas dengan semua pengalaman saya di Digital Payment ini	0,646	Valid
2.	Menurut saya Digital Payment ini adalah keputusan yang akurat/pasti untuk menjadi sarana pembayaran	0,553	Valid
3.	Saya merasa puas karena Digital Payment ini dapat memuaskan kebutuhan pembelian saya	0,786	Valid

4.	Digital payment ini menyediakan berbagai fitur yang memberikan kemudahan untuk konsumen seperti pembayaran pulsa listrik, paket data, BPJS, TV kabel, asuransi dan layanan lainnya	0,236	Tidak Valid
5.	Cara penggunaan Digital Payment ini mudah dimengerti	0,624	Valid
6.	Digital Payment ini banyak memberikan discount atau cashback untuk penggunaanya	0.428	Tidak Valid

Sumber: Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Pada perhitungan tabel di atas, menunjukkan uji validitas dari setiap indikator pada Variabel *Kepuasan Pengguna* diperoleh nilai *Loading Factor* > 0.55 yang berarti item indikator tersebut tidak semua indikator dinyatakan Valid untuk mengukur variabel yang akan diukur.

Tabel 2. Uji Validitas *Loyalitas*

No. Item	Item Pertanyaan	<i>Loading factors</i>	Keputusan
1.	Saya lebih sering menggunakan digital payment ini dibanding digital payment lain	0,645	Valid
2.	Saya akan lebih banyak bertransaksi di Digital Payment ini di waktu berikutnya	0,654	Valid
3.	Saya akan mempertimbangkan Digital Payment ini sebagai pilihan pertama Saya jika terjadi transaksi di masa depan	0,686	Valid
4.	Saya akan mendorong teman-teman lain untuk melaksanakan transaksi bisnis di Digital Payment ini	0,550	Valid
5.	Saya akan merekomendasikan Digital Payment ini ketika yang lain bertanya Saya untuk saran sarana pembayaran	0,715	Valid
6.	Saya akan memberi tahu orang lain informasi positif tentang Digital Payment ini	0.592	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Pada perhitungan tabel di atas, menunjukkan uji validitas dari setiap indikator pada Variabel *Perilaku Konsumen* diperoleh nilai *Loading Factor* > 0.55 yang berarti item indikator tersebut dinyatakan Valid untuk mengukur variabel yang akan diukur.

Tabel 3. Uji Validitas Perilaku Konsumen

No. Item	Item Pertanyaan	<i>Loading factors</i>	Keputusan
1.	Iklan Digital Payment ini menyebutkan produk fitur secara detail memotivasi saya untuk membeli/memakai	0,672	Valid
2.	Saya dipengaruhi oleh teman sebaya dan orang tua saat memakai Digital Payment ini	0,560	Valid
3.	Saya akan membayar lebih untuk membeli produk dari Pembayaran Digital Payment ini	0,659	Valid
4.	Saya selalu memperbarui pengetahuan tentang Digital Payment ini	0,632	Valid
5.	Saya sangat tertarik dengan bagaimana Digital Payment menawarkan cashback/ discountnya	0,657	Valid
6.	Saya dapat berbelanja produk online di Digital Payment ini yang tidak tersedia atau sulit ditemukan secara offline	0,479	Tidak Valid

Sumber: Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Pada perhitungan tabel di atas, menunjukkan uji validitas dari setiap indikator pada Variabel *Perilaku Konsumen* diperoleh nilai *Loading Factor* > 0.55 yang berarti item indikator tersebut tidak semua indikator dinyatakan Valid untuk mengukur variabel yang akan diukur.

Tabel 4. Uji Validitas Pengguna Pembayaran Digital

No. Item	Item Pertanyaan	<i>Loading factors</i>	Keputusan
1.	Sistem pembayaran digital membantu saya melakukan pembayaran lebih cepat	0,686	Valid
2.	Sistem pembayaran digital mudah dipelajari	0,732	Valid
3.	Menurut saya sistem pembayaran digital sedang tren	0,690	Valid
4.	Saya menikmati penggunaan sistem pembayaran digital	0,837	Valid
5.	Saya sengaja melakukan semua transaksi keuangan saya menggunakan sistem pembayaran digital	0,762	Valid
6.	Saat menggunakan sistem pembayran digital, saya khawatir kehilangan koneksi	0,689	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Pada perhitungan tabel di atas, menunjukkan uji validitas dari setiap indikator pada Variabel *Pengguna Pembayaran Digital* diperoleh nilai *Loading Factor* > 0.55 yang berarti item indikator tersebut dinyatakan Valid untuk mengukur variabel yang akan diukur.

Uji Reliabilitas

Kuesioner dikatakan handal apabila memiliki ketetapan dari waktu ke waktu. Sehingga apabila pengukuran dilakukan oleh orang yang berbeda dan pada waktu yang berbeda, hasilnya tetaplah sama. (Murniati dkk, 2013). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner yang disebar.

Ketentuan dalam pengujian reliabilitas data ini adalah sebagai berikut:

- a. Bila nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,9 maka dapat dikatakan kuesioner memiliki reliabilitas sempurna.
- b. Bila nilai Cronbach Alpha (α) 0,7 hingga 0,9 maka dapat dikatakan kuesioner memiliki reliabilitas tinggi.
- c. Bila nilai Cronbach Alpha (α) 0,5 hingga 0,7 maka dapat dikatakan kuesioner memiliki reliabilitas moderat.
- d. Bila nilai Cronbach Alpha (α) < 0,5 maka dapat dikatakan kuesioner memiliki reliabilitas rendah.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Responden	Item Pertanyaan	Cronbach's Coefficient Alpha	Keterangan
1	Kepuasan Pengguna	100	6	0,519	Reliabel
2	Loyalitas	100	6	0,707	Reliabel
3	Perilaku Konsumen	100	6	0,653	Reliabel
4	Pengguna Pembayaran Digital	100	6	0,820	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Dari hasil tabel pengujian diatas menunjukkan reliabilitas untuk masing – masing variabel dinyatakan reliabel, menunjukkan nilai reliabilitas Cronbach's Alpha dari Variabel *Kepuasan Pengguna* sebesar 0,519, *Loyalitas* sebesar 0,707, *Perilaku Konsumen* sebesar 0,653, dan *Pengguna Pembayaran Digital* sebesar 0,820 dinyatakan semua variabel yang digunakan pada penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Validitas Perbaikan

Tabel 6. Uji Validitas Perbaikan Kepuasan Pengguna

No. Item	Item Pertanyaan	Loading factors	Keputusan
1.	Saya merasa puas dengan semua pengalaman saya di Digital Payment ini	0,691	Valid
2.	Menurut saya Digital Payment ini adalah keputusan yang akurat/pasti untuk menjadi sarana pembayaran	0,535	Tidak Valid
3.	Saya merasa puas karena Digital Payment ini dapat memuaskan kebutuhan pembelian saya	0,767	Valid
5.	Cara penggunaan Digital Payment ini mudah dimengerti	0,682	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Pada perhitungan table di atas, menunjukkan uji validitas dari setiap indikator pada Variabel *Kepuasan Pengguna* diperoleh nilai *Loading Factor* > 0,55 yang berarti item indikator tersebut masih terdapat indikator yang tidak Valid untuk mengukur variable.

Tabel 7. Uji Validitas Perbaikan Kepuasan Pengguna

No. Item	Item Pertanyaan	Loading factors	Keputusan
1.	Saya merasa puas dengan semua pengalaman saya di Digital Payment ini	0,761	Valid
3.	Saya merasa puas karena Digital Payment ini dapat memuaskan kebutuhan pembelian saya	0,733	Valid
5.	Cara penggunaan Digital Payment ini mudah dimengerti	0,742	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Pada perhitungan table di atas, menunjukkan uji validitas dari setiap indikator pada Variabel *Kepuasan Pengguna* diperoleh nilai *Loading Factor* > 0,55 yang berarti item indikator tersebut Valid untuk mengukur variable yang akan diukur. **Keterangan :** Pada indikator Variabel *Kepuasan Pengguna* ke 2, 4, dan 6 tidak digunakan karena bernilai Tidak Valid atau < 0,55

Tabel 8. Uji Validitas Perbaikan Perilaku Konsumen

No. Item	Item Pertanyaan	Loading factors	Keputusan
1.	Iklan Digital Payment ini menyebutkan produk fitur secara detail memotivasi saya untuk membeli/memakai	0,684	Valid

2.	Saya dipengaruhi oleh teman sebaya dan orang tua saat memakai Digital Payment ini	0,592	Valid
3.	Saya akan membayar lebih untuk membeli produk dari Pembayaran Digital Payment ini	0,710	Valid
4.	Saya selalu memperbarui pengetahuan tentang Digital Payment ini	0,646	Valid
5.	Saya sangat tertarik dengan bagaimana Digital Payment menawarkan cashback/ discountnya	0,618	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan software SPSS versi 23

Pada perhitungan table di atas, menunjukkan uji validitas dari setiap indikator pada Variabel *Perilaku Konsumen* diperoleh nilai *Loading Factor* > 0,55 yang berarti item indikator tersebut alid untuk mengukur variable yang akan diukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Deskriptif

(Ghozali, 2011) Analisis statistik deskriptif dapat digunakan untuk memberikan suatu deskripsi atau gambaran data yaitu dengan melihat nilai mean (rata - rata), nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi, range, varian, sum, kurtosis dan kemencengan distribusi (skewness) (Ghozali, 2011).

Analisis Data

Hasil statistik dari variabel *Kepuasan Pengguna, Loyalitas, Perilaku Konsumen* dan *Penggunaan Pembayaran Digital* dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

1. Kepuasan Pengguna

Tabel 9. Statistik Deskriptif Kepuasan Pengguna

No.	Kepuasan Pengguna	Mean	Std. Deviasi
1.	Saya merasa puas dengan semua pengalaman saya di Digital Payment ini	4,21	0,769
2.	Menurut saya Digital Payment ini adalah keputusan yang akurat/pasti untuk menjadi sarana pembayaran	4,12	0,808
3.	Saya merasa puas karena Digital Payment ini dapat memuaskan kebutuhan pembelian saya	4,29	0,656
4.	Digital payment ini menyediakan berbagai fitur yang memberikan kemudahan untuk konsumen seperti pembayaran pulsa listrik, paket data, BPJS, TV kabel, asuransi dan layanan lainnya	4,29	0,808
5.	Cara penggunaan Digital Payment ini mudah dimengerti	4,46	0,576
6.	Digital Payment ini banyak memberikan discount atau cashback untuk penggunanya	4,07	0,879
	Total Rata - Rata Mean	4,24	0,749

Sumber : Data olahan kuesioner menggunakan SPSS versi 23.

Dari hasil data ini menunjukkan variabel *Kepuasan Pengguna*, maka dapat dilihat bahwa nilai rata - rata / mean tertinggi sebesar 4.24 , hal ini menunjukkan bahwa penggunaan digital payment memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna.

2. Loyalitas

Tabel 10. Statistik Deskriptif Loyalitas

No.	Loyalitas	Mean	Std. Deviasi
1.	Saya lebih sering menggunakan digital payment ini dibanding digital payment lain	4,14	0,752
2.	Saya akan lebih banyak bertransaksi di Digital Payment ini di waktu berikutnya	4,14	0,752
3.	Saya akan mempertimbangkan Digital Payment ini sebagai pilihan pertama Saya jika terjadi transaksi di masa depan	4,13	0,800
4.	Saya akan mendorong teman-teman lain untuk melaksanakan transaksi bisnis di Digital Payment ini	3,71	0,880
5.	Saya akan merekomendasikan Digital Payment ini ketika yang lain bertanya Saya untuk saran sarana pembayaran	4,14	0,667
6.	Saya akan memberi tahu orang lain informasi positif tentang Digital Payment ini	4,10	0,689
	Total Rata - Rata Mean	4,06	0,756

Sumber : Data olahan kuesioner menggunakan SPSS versi 23.

Dari hasil data ini menunjukkan variabel *Loyalitas*, maka dapat dilihat bahwa nilai rata - rata / mean tertinggi sebesar 4.06 , hal ini menunjukkan bahwa penggunaan digital payment memberikan pengaruh terhadap loyalitas.

3. Perilaku Konsumen

Tabel 11. Statistik Deskriptif Perilaku Konsumen

No. Item	Perilaku Konsumen	Mean	Std. Deviasi
1.	Iklan Digital Payment ini menyebutkan produk fitur secara detail memotivasi saya untuk membeli/memakai	3,67	0,830
2.	Saya dipengaruhi oleh teman sebaya dan orang tua saat memakai Digital Payment ini	3,25	1,250
3.	Saya akan membayar lebih untuk membeli produk dari Pembayaran Digital Payment ini	3,15	1,067
4.	Saya selalu memperbarui pengetahuan tentang Digital Payment ini	4,02	0,841

5.	Saya sangat tertarik dengan bagaimana Digital Payment menawarkan cashback/ discountnya	4,16	0,801
6.	Saya dapat berbelanja produk online di Digital Payment ini yang tidak tersedia atau sulit ditemukan secara offline	4,22	0,733
	Total Rata - Rata Mean	3,74	0,920

Sumber : Data olahan kuesioner menggunakan SPSS versi 23.

Dari hasil data ini menunjukkan variabel *Perilaku Konsumen*, maka dapat dilihat bahwa nilai rata - rata / mean tertinggi sebesar 3.74 , hal ini menunjukkan bahwa penggunaan digital payment memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen.

4. Pengguna Pembayaran Digital

Tabel 12. Statistik Deskriptif Pengguna Pembayaran Digital

No. Item	Pengguna Pembayaran Digital	Mean	Std. Deviasi
1.	Sistem pembayaran digital membantu saya melakukan pembayaran lebih cepat	4,49	0,559
2.	Sistem pembayaran digital mudah dipelajari	4,36	0,578
3.	Menurut saya sistem pembayaran digital sedang tren	4,63	0,506
4.	Saya menikmati penggunaan sistem pembayaran digital	4,16	0,692
5.	Saya sengaja melakukan semua transaksi keuangan saya menggunakan sistem pembayaran digital	3,92	0,907
6.	Saat menggunakan sistem pembayran digital, saya khawatir kehilangan koneksi	4,55	0,557
	Total Rata - Rata Mean	4,35	0,663

Sumber : Data olahan kuesioner menggunakan SPSS versi 23.

Dari hasil data ini menunjukkan variabel *Pengguna Pembayaran Digital*, maka dapat dilihat bahwa nilai rata - rata / mean tertinggi sebesar 4.35 , hal ini menunjukkan bahwa penggunaan digital payment memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna, loyalitas, perilaku konsumen, dan pengguna pembayaran digital.

UJI GOODNESS OF FIT

Tabel 13. Uji Goodness Fit

Jenis Pengukuran	Pengukuran	Nilai	Batas penerimaan yang disarankan	Kesimpulan
Absolute fit measures	ECVI	2,990	Mendekati nilai Saturated dibanding independen	<i>Good fit</i>
	RMSEA	0,051	< 0,10	<i>Good fit</i>
Incrmental Fit Measures	NFI	0,665	≥ 0,90 atau mendekati 1	<i>Poor fit</i>
	TLI	0,888	≥ 0,90 atau mendekati 1	<i>Poor fit</i>
	CFI	0,901	≥ 0,90 atau mendekati 1	<i>Good fit</i>
	RFI	0,621	≥ 0,90 atau mendekati 1	<i>Poor fit</i>
Parmonius fit measures	CMIN/DF	1,262	Batas bawah 1, batas atas 5	<i>Good fit</i>
	AIC	296,043	Mendekati nilai Saturated dibanding independen	<i>Good fit</i>

Berdasarkan tabel hasil olah Goodness of fit nilai ECVI sebesar 2,990 dan CMIN/DF sebesar 1,262; nilai RMSEA sebesar 0,051; nilai CFI sebesar 0,901; dan nilai AIC sebesar 296,043 dinyatakan *Good fit*.. Nilai RFI sebesar 0,621; nilai NFI sebesar 0,665; nilai TLI sebesar 0,888 dinyatakan *Poor fit*.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis 1 :

1. Jika nilai $p\text{-value} \leq 0.05$ maka H_0 tidak didukung, H_a didukung.
2. Jika nilai $p\text{-value} \geq 0.05$ maka H_0 didukung, H_a tidak didukung.

Tabel 14. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate	$p\text{-value}$	Keputusan
H1. Kepuasan Pengguna berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z	0,619	0,002	Didukung

Berdasarkan pengujian hipotesis di atas, hasil hipotesis pertama memiliki nilai estimasi yaitu sebesar 0,619 dengan $p\text{-value} \leq 0,05$ yang berarti hipotesis pertama **didukung**. Berarti dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pengguna berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Dengan demikian, H_0 tidak didukung dan H_{a1} didukung.

Hipotesis 2 :

1. Jika nilai $p\text{-value} \leq 0.05$ maka H_0 tidak didukung, H_a didukung.
2. Jika nilai $p\text{-value} \geq 0.05$ maka H_0 didukung, H_a tidak didukung.

Tabel 15. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate	$p\text{-value}$	Keputusan
H2. Perilaku Konsumen berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z	0,603	0,003	Didukung

Berdasarkan pengujian hipotesis di atas, hasil hipotesis kedua memiliki nilai estimasi yaitu sebesar 0,603 dengan $p\text{-value} \leq 0,05$ yang berarti hipotesis kedua **didukung**. Berarti dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Dengan demikian, H_0 tidak didukung dan H_{a1} didukung.

Hipotesis 3 :

1. Jika nilai $p\text{-value} \leq 0.05$ maka H_0 tidak didukung, H_a didukung.
2. Jika nilai $p\text{-value} \geq 0.05$ maka H_0 didukung, H_a tidak didukung.

Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate	$p\text{-value}$	Keputusan
H3. Loyalitas berpengaruh positif terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z	0,391	0,008	Didukung

Berdasarkan pengujian hipotesis di atas, hasil hipotesis ketiga memiliki nilai estimasi yaitu sebesar 0,391 dengan $p\text{-value} \leq 0,05$ yang berarti hipotesis ketiga **didukung**. Berarti dapat disimpulkan Loyalitas berpengaruh positif terhadap pengguna pembayaran digital yang dilakukan oleh generasi Z. Dengan demikian, H_0 tidak didukung dan H_{a1} didukung.

Pembahasan Hipotesis

1. Hipotesis 1

Dari hasil penelitian uji hipotesis 1 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Pengguna berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai estimate sebesar 0,619 yang artinya hipotesis 1 didukung. Artinya bahwa ketika *Kepuasan Pengguna* meningkat maka *Loyalitas* terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z juga meningkat.

2. Hipotesis 2

Dari hasil penelitian uji hipotesis 2 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Perilaku Konsumen berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ dengan nilai estimate sebesar 0,603 yang artinya hipotesis 2 didukung. Artinya bahwa ketika *Perilaku Konsumen* meningkat maka *Loyalitas* terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z juga meningkat.

3. Hipotesis 3

Dari hasil penelitian uji hipotesis 3 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Loyalitas berpengaruh positif terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ dengan nilai estimate sebesar 0,391 yang artinya hipotesis 3 didukung. Artinya bahwa ketika *Loyalitas* meningkat maka terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z juga meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang ada pada bab sebelumnya, sehingga dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian uji hipotesis 1 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Pengguna berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai estimate sebesar 0,619 yang artinya hipotesis didukung.
2. Dari hasil penelitian uji hipotesis 2 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Perilaku Konsumen berpengaruh positif dengan Loyalitas terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ dengan nilai estimate sebesar 0,603 yang artinya hipotesis didukung.
3. Dari hasil penelitian uji hipotesis 3 terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Loyalitas berpengaruh positif terhadap Penggunaan Pembayaran Digital yang dilakukan oleh Generasi Z. Diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ dengan nilai estimate sebesar 0,391 yang artinya hipotesis didukung.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyani, A., & Las, I. (2008). Potensi Sumber daya Lahan dan Optimalisasi Pengembangan Komoditas Penghasil Bionergi di Indonesia. *Litbang Pertanian*, 32.
- Rukmana, R. (2014). *Untung selangit dari agribisnis kopi*. Yogyakarta: Lily Publisher.
- Karim, A. (2010). *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Zook, D., 2015, <http://www.technoserve.org/files/downloads/ISF-briefing-9-case-study-coffee-initiative.pdf>, diakses 6 Juli 2016.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Bank Indonesia. (2010, April 1). *Hasil Survei Perusahaan Penjaminan Kredit Daerah (PPKD)*. Diambil kembali dari Bank Indonesia: <http://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Documents/1063d0c1c43341e5b205541d92bd7255HasilSurveiPPKD9Provinsi.pdf>
- Direktorat Jendral Perkebunan. (2015, November 4). *Laporan Kinerja Tahunan*. Diambil kembali dari Kementrian Pertanian: http://ditjenbun.pertanian.go.id/files/LAPORAN_KINERJA_2013.pdf