

J A M – E K I S

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

Pelindung : Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB)

Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMB

Ketua Dewan Redaksi : Dr. Meilaty Finthariasari, M.M

Sekretaris Dewan Redaksi : Marini, S.E., M. EK

Dewan Redaksi :

1. Prof. Lizar Alfansi, Ph.D
2. Dr. Arfan Ikhsan
3. Karona Cahya Susena, S.E., M.M
4. Dr. Afi Parnawi
5. Dr. Willy Abdilla
6. Dr. Rumanintya Lisaria Putri, S.E., M.M
7. Dr. Mochammad Arif Budiman, S. Ag., M.E.I., CIRR., CIIQA
8. Dr. Sugiyanto. S.Sos. MM
9. Dr. Arfan Ikhsan, M.Si
10. Dr. Asep Risman
11. Dr. Nurlaila, S.E., MA., CMA
12. Dr. Fachruzzaman
13. Dr. Onsardi, M.M
14. Dr. Nizwan Zukri

Executive Editors : 1. Dr. Muhammad Kristiawan
2. Berto Usman, Ph.D

Dewan Editor : 1. Marliza Ade Fitri, S.E., M.M
2. Yulius Wahyu Setyadi, M.M
3. Diah Khoiriah, M.Acc
4. Tezar Arianto, M.M

Secretariat and Administration : 1. Ade Tiara, M.M
2. Merta Kusuma, M.M

SEMUA TULISAN YANG ADA DALAM JURNAL PENELITIAN INI BUKAN
MERUPAKAN CERMINAN SIKAP ATAU PENDAPAT DEWAN REDAKSI
TANGGUNGJAWAB TERHADAP ISI ATAU AKIBAT DARI TULISAN TETAP
TERLETAK PADA PENULIS

ALAMAT REDAKSI

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Kampus IV Jl. Adam Malik KM. 9, Sidomulyo, Gading Cempaka Bengkulu

DAFTAR ISI

DAMPAK PEMBATALAN KEBERANGKATAN HAJI PADA MASA PANDEMI DI KEMENTERIAN AGAMA KOTA BENGKULU Annisa Fajriani Miti Yarmunida Idwal B	1-17
MANFAAT MEDIA DIGITAL DALAM PENGEMBANGAN PROMOSI PAKET UMRAH DI PT.AQM TOUR AND TRAVEL KOTA BENGKULU Oktari Pramudita Eka Sri Wahyuni Idwal B	18-29
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI ASN DINAS PERPUSTAKAAN DAN KERASIPAN PROVINSI BENGKULU Furqonti Ranidiah Tezar Arianto	30-39
ANALISIS TRANSPARANSI DAN AKUNTABILITAS PENGELOLAAN DANA DESA TERHADAP MANFAAT BAGI KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA Sri Wahyuni Darmawan Sriyanto Novi Mutiara	40-52
HUBUNGAN PELATIHAN DENGAN KINERJA KARYAWAN Desy Setyorini Achmad Syahlani	53-62
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) ARGAMAKMUR - BENGKULU Yunita Sri Lestari1 Asnaini Debby Arisandi	63-73
PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Wardah Toko Lova Kota Bengkulu) Reni Indriani1 Desi Fitria Fatihatunnisa	74-86
ANALISIS SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI MENGGUNAKAN E-MONEY TERHADAP KEINGINAN MEMBELI Herlin Yanto Effendi Kiemas Kurniawan	87-98
PERAN FINANSIAL TEKNOLOGI TERHADAP DAYA SAING UMKM DI KOTA PANGKALPINANG SELAMA MASA PANDEMI COVID 19 Darus Altin Nanang Wahyudin Vebstasvili	99-114

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI, MANAJEMEN, & EKONOMI ISLAM

- FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT.
INDOMACO ADI PRIMA KOTA BENGKULU 115-129
Sri Handayani
Andriyani Prawitasari
- ANALISIS RASIO CAR, ROA, ROE DAN BOPO TERHADAP KONDISI FINANCIAL
DISTRESS PADA BANK UMUM SYARIAH PERIODE 2019-2020 130-146
Annisa Chairina Lasa
Muhammad Haris Riyaldi
Teuku Muhammad Syahrizal
- ANALISIS MANAJMEN STRATEGI DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada Mini Market El-Jhon Pagar Dewa Kota Bengkulu) 147-157
Heryunda Afista
Fatimah Yunus
Kustin Hartini
- PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP
KINERJA PEGAWAI ASN DINAS PERPUSTAKAAN DAN KERASIPAN
PROVINSI BENGKULU 158-171
Meiffa Herfianti
Mimi Kurnia Nengsih
- STRATEGI PEMASARAN BISNIS FASTFOOD PALUPI CULINARY DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN (Studi Penelitian di Palupi Culinary Kota Bengkulu) 172-191
Sri Ekowati
Nabila Saufira
- PENGARUH GAJI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP LOYALITAS TENAGA
HONORER PADA SATUAN POLISI PAMONG PRAJA KOTA BENGKULU 192-203
Muhamad Galy Njoman Ari Pribowo
Deni Septadinata

ANALISIS SISTEM PEMBAYARAN NON TUNAI MENGGUNAKAN E-MONEY TERHADAP KEINGINAN MEMBELI

ANALYSIS OF NON CASH PAYMEN SYSTEM USING E-MONEY ON PURCHASE INTENTIONS

Herlin¹, Yanto Effendi², Kiemas Kurniawan³

Universitas Dehasen Bengkulu

Herlin.olin81@gmail.com¹ yantoeffendi357@gmail.com² kiemaskurniawan123@gmail.com³

Jl. Meranti Raya No. 32 Sawah Lebar Bengkulu

Corresponding email: herlin.olin81@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 26 Oktober 2022

Direvisi : 20 Desember 2022

Disetujui : 23 Januari 2023

Keywords:

Non Cash Payment System, E-Money, Purchase Intentions

Kata kunci:

Sistem Pembayaran Non Tunai, E-Money, Keinginan membeli

ABSTRACT:

Payments for increasingly sophisticated sales system transactions have an impact on the ease of consumer transactions, both using cash and non-cash payments. In conducting consumer payment transactions. Currently, consumers who have a high level of routine prefer to use E-Money in their transactions. This is because it is safer and more efficient and provides convenience for consumers in transacting.

Payments Using Credit Cards have a negative effect on consumers' buying intentions at Bencoolen Mall Bengkulu, while Payments Using OVO Cash and Shopee Pay have a positive effect on consumers' buying intentions at Bencoolen Mall Bengkulu. Taken together, payments using credit cards, OVO cash and Shopee Pay have a positive effect against the consumer's desire to buy at Bengcoolen Mall Bengkulu

ABSTRAK:

Pembayaran atas transaksi sistem penjualan yang semakin canggih berdampak pada kemudahan bertransaksi konsumen, baik menggunakan pembayaran secara tunai maupun non tunai. Dalam melakukan transaksi pembayaran konsumen. Saat ini konsumen yang mempunyai tingkat rutinitas yang tinggi lebih memilih menggunakan E-Money dalam bertransaksi. Hal ini dikarenakan lebih aman dan efisien serta memberikan kemudahan bagi konsumen dalam bertransaksi. Pembayaran Menggunakan Credit Card berpengaruh negatif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu, sedangkan Pembayaran Menggunakan OVO Cash dan Shopee Pay berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di

Bencoolen Mall Bengkulu. Secara bersama-sama pembayaran menggunakan credit card, OVO cash dan Shopee Pay berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin modern, berpengaruh pada proses penjualan dalam yang dilakukan dalam perusahaan. Penerapan sistem penjualan yang semakin canggih berdampak pada kemudahan bertransaksi dalam perusahaan (Mukadar et al., 2021). Pengelolaan transaksi ini dilakukan oleh suatu program/sistem yang diterapkan dalam perusahaan. Dalam melakukan transaksi pembayaran yang aman dan efisien serta memberikan kemudahan bagi konsumen yaitu dengan menggunakan E-Money. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang retail seperti menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari. Di mana penjualan setiap produk dapat dilakukan dengan menggunakan pembayaran tunai atau non tunai dengan menggunakan E-Money. Hal ini merupakan salah satu kemudahan yang disediakan oleh perusahaan untuk konsumen dalam berbelanja. Hal ini dapat mendorong penjualan atau pendapatan perusahaan dan menghindari hal-hal yang tidak diinginkan dalam pembayaran transaksi tunai.

Berdasarkan Siaran Pers Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 bahwa Bank Indonesia mencanangkan suatu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT0 dengan tujuan dapat meningkatkan transaksi keuangan dengan menggunakan pembayaran non tunai serta meningkatkan kesadaran masyarakat dan pelaku usaha. Sistem adalah setiap sesuatu terdiri dari obyek-obyek/unsur-unsur/komponen-komponen yang kaitan satu sama lain, sedemikian rupa sehingga unsur-unsur tersebut merupakan satu kesatuan pemrosesan atau pengolahan yang tertentu (Mulyadi, 2013). Sistem pembayaran mempunyai hubungan yang kuat dengan stabilitas sistem keuangan. Sistem pembayaran non tunai dapat meminimalkan risiko, efisien dan memiliki kemudahan akses (Ranidiah & Arianto, 2020). Kondisi ini akan dapat mendorong output dan pertumbuhan ekonomi makin tinggi sehingga dapat dikatakan bahwa makin meningkatnya transaksi non tunai dengan menggunakan kartu kredit dapat memberikan pengaruh positif bagi pertumbuhan ekonomi (Susilawati & Putri, 2019).

TINJAUAN PUSTAKA

Sistem Pembayaran Non Tunai

Sistem pembayaran terbagi menjadi dua kata yaitu sistem dan pembayaran, dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia menyebutkan sistem yaitu adalah sekelompok bagian-bagian yang bekerja bersama-sama untuk melakukan sesuatu maksud, atau bisa juga diartikan sebagai cara atau metode yang teratur untuk melakukan sesuatu. Sistem merupakan suatu jaringan prosedur yang dibuat menurut pola yang terpadu untuk melaksanakan kegiatan pokok perusahaan (Mulyadi, 2013). Ardana dan Lukman (2016) menjelaskan pengertian sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-

prosedur yang berhubungan, terkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau tujuan tertentu.

Peraturan Bank Indonesia No. 14/2/PBI Tahun 2012 menyebutkan bahwa Perkembangan sistem pembayaran non tunai yang terus berkembang dan berinovasi dengan melakukan pembayaran berbasis kartu (card based payment) dan berbasis kertas (paper based instrument). Prinsip-Prinsip kebijakan sistem pembayaran Bank Indonesia mengacu pada :

- a. Risk Reduction, Sistem Pembayaran yang baik dan terkendali dapat mengurangi berbagai resiko yang mungkin timbul. Terdapat berbagai jenis resiko yang terjadi dalam sistem pembayaran. nilai dari resiko operasional, resiko likuiditas, resiko kredit, dan resiko sistemik.
- b. Eficiency, Dalam mewujudkan perekonomian nasional yang efisien diperlukan dukungan dari sistem keuangan dan perbankan yang efisien pula. Sedangkan sistem keuangan dan perbankan yang efisien tidak mungkin dapat terwujud bila tidak ada dukungan untuk menciptakan sistem pembayaran yang efisien mengingat sistem pembayaran merupakan sarana yang digunakan dalam melakukan segala aktivitas keuangan perbankan secara nasional.
- c. Equality, Pemberian akses yang equal baik kepada peserta di dalam Sistem Pembayaran maupun kepada masyarakat luas sebagai pengguna. Sebuah sistem pembayaran belum sesuai dengan prinsip dasarnya apabila dalam pengaturan dan operasionalnya tidak dapat melindungi dan memenuhi hak-hak dari peserta Sistem Pembayaran dan masyarakat luas sebagai secara equal.
- d. Costumer Protection, Sistem Pembayaran harus dapat memastikan masyarakat luas dapat memperoleh jasa Sistem Pembayaran yang efisien, cepat, aman dan handal

Menurut Bank Indonesia dalam Rahmawati dkk (2018) terdapat 3 instrumen dari transaksi non tunai berdasarkan fisik dan alat yang digunakan, yaitu: 1) Paper Based merupakan instrument transaksi non tunai menggunakan kertas. 2) Card Based merupakan instrument transaksi non tunai menggunakan kartu dan 3) Electronic Based merupakan instrument transaksi non tunai dengan basis elektronik.

Elektronik Money

Menurut Bank Indonesia uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaannya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi . Ketika digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (top-up). Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa chip atau server. Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api maupun angkutan umum lainnya atau transaksi di minimarket, food court, atau parkir.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa Penyelenggara Sistem Elektronik untuk pelayanan publik wajib memiliki Sertifikat Kelaikan Sistem Elektronik. Bank for International Settlement (BIS) mendefinisikan Uang Elektronik adalah *Stored-value or prepaid product in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession*. Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 mendefinisikan nilai uang yang disimpan secara elektronik pada suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana, dimana unsur-unsur E-Money terdiri dari :

1. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit
2. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip
3. digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut
4. nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan

Menurut Bank Indonesia (2018) menjelaskan bahwa pihak-pihak yang terlibat penerbitan dalam uang elektronik ini adalah:

1. Bank
2. Lembaga atau badan usaha yang didirikan berdasarkan hukum Indonesia.
3. Penerbit adalah pihak yang menerbitkan Uang Elektronik.
4. Acquirer adalah pihak yang melakukan kerja sama dengan penyedia barang/ jasa dan bertanggung jawab atas penyelesaian pembayaran kepada penyedia barang/jasa.
5. Prinsipal adalah pihak yang bertanggung jawab terhadap penerusan data transaksi Uang Elektronik melalui jaringan, perhitungan hak dan kewajiban, penyelesaian pembayaran dan penetapan mekanisme dan prosedur bisnis.
6. Penyelenggara Uang Elektronik adalah Penerbit, Acquirer, Prinsipal, Penyelenggara Switching, Penyelenggara Kliring, dan Penyelenggara Penyelesaian Akhir dalam kegiatan Uang Elektronik.
7. Pengguna adalah pihak yang menggunakan Uang Elektronik, Penyedia Barang/jasa yang menerima pembayaran dari Pengguna.

Dasar Hukum

Penyelenggaraan Uang Elektronik telah diatur dalam :

1. Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money).
2. Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP tanggal 13 April 2009 perihal Uang Elektronik (Electronic Money).

Manfaat Uang Elektronik

Penggunaan Uang Elektronik sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat sebagai berikut: Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Tidak lagi menerima

uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil (receh). Sangat applicable untuk transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi, seperti: transportasi, parkir, tol, fast food, dll.

Keinginan Membeli

Perilaku konsumen berkaitan dengan keinginan membeli atau tidak ada suatu produk yang diberikan oleh perusahaan. Keinginan membeli ini adalah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan tindakan pembelian terhadap suatu barang (Finthariasari, 2017). Kotler dan Keller (2016) keinginan membeli merupakan perilaku konsumen atau keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk baik secara tunai ataupun menggunakan non tunai. Minat atau keinginan merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar kepada obyek tersebut (Kusumah, 2012). Minat menggunakan (*intention to use*) sebagai niat konsumen untuk terlibat dalam hubungan pertukaran online dengan pengecer web, seperti sebagai informasi, menjaga hubungan bisnis, dan melakukan transaksi bisnis. Davis *et al* (2014) Keinginan membeli (*behavioral intention*) merupakan tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi (Handayani dalam Putriana, 2015).

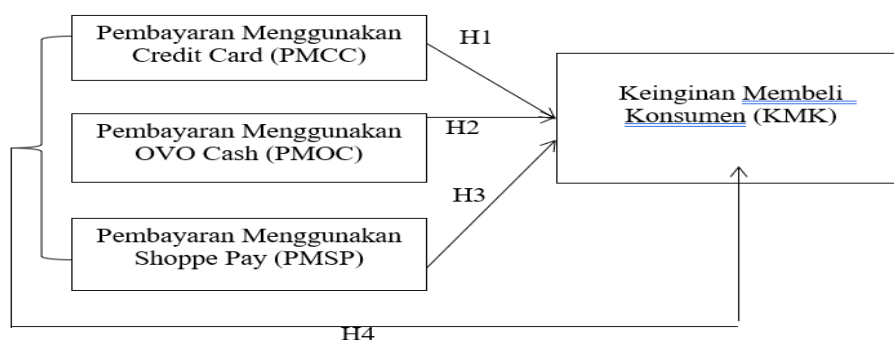
Smadi (2012) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang menimbulkan keinginan membeli yaitu : 1) Faktor kebutuhan individu yang mudah menimbulkan minat, 2) Faktor motif sosial dari dalam diri manusia dan oleh motif sosial dan 3) Faktor emosional yang dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambah semangat atau kuatnya minat dalam kegiatan tersebut.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Paragita (2013:40) terdapat indikator untuk mengukur minat beli yaitu :

1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk
2. Ingin mengetahui produk
3. Tertarik untuk mencoba
4. Mempertimbangkan untuk membeli
5. Ingin memiliki produk.

Kerangka analisis

Gambar 2.1. Kerangka Analisis



Hipotesis

1. Pembayaran menggunakan credit card berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu.
2. Pembayaran menggunakan OVO Cash berpengaruh terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu
3. Pembayaran menggunakan Shopee Pay credit card berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu
4. Pembayaran menggunakan credit card, OVO Cash dan Shopee Pay secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei kausal dengan teknik analisis regresi dan korelasi linier sederhana. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji signifikansi hubungan dan membentuk serta menguji linieritas dan signifikansi persamaan regresi linier sederhana antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X).

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda. Adapun tujuan penelitian untuk menguji signifikansi pengaruh dan menguji validitas data, kehandalan data (Reliable), linearitas antara variabel X dan Y. Penelitian ini dilakukan di Bencoolen Mall Bengkulu dengan populasi adalah konsumen yang datang atau mengunjungi Bencoolen Mall Bengkulu yang mempunyai credit card, OVO Cash dan Shopee Pay dengan sample sebanyak 130 responden dan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan total sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner penelitian, yang berupa memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat SPSS.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian dilakukan peneliti pada saat sebelum menyebarkan kuesioner penelitian. Uji validitas ini dilakukan dengan menyebarkan pernyataan penelitian terhadap 35 responden yang peneliti ambil acak dan memenuhi kriteria kemudian tahap selanjutnya diolah menggunakan SPSS. Adapun tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah alat penelitian (kuesioner) yang dirancang dinyatakan valid dan reliabel atau tidak berdasarkan alat uji yang digunakan. Hasil uji validitas dan reliabilitas akan ditampilkan dalam Tabel 1 dan Tabel 2 berikut ini.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Keterangan tabel sebesar 0,349
1	PMCC	PMCC_1	0,405	Valid
		PMCC_2	0,607	Valid
		PMCC_3	0,555	Valid
		PMCC_4	0,464	Valid
		PMCC_5	0,371	Valid
		PMCC_6	0,330	Valid
		PMCC_7	0,536	Valid
		PMCC_8	0,415	Valid
2	PMOC	PMOC_1	0,404	Valid
		PMOC_2	0,522	Valid
		PMOC_3	0,413	Valid
		PMOC_4	0,563	Valid
		PMOC_5	0,680	Valid
		PMOC_6	0,712	Valid
		PMOC_7	0,680	Valid
		PMOC_8	0,546	Valid
3	PMSP	PMSP_1	0,442	Valid
		PMSP_2	0,414	Valid
		PMSP_3	0,415	Valid
		PMSP_4	0,573	Valid
		PMSP_5	0,546	Valid
		PMSP_6	0,472	Valid
		PMSP_7	0,493	Valid
		PMSP_8	0,544	Valid
4	KMK	KMK_1	0,509	Valid
		KMK_2	0,660	Valid
		KMK_3	0,634	Valid
		KMK_4	0,617	Valid
		KMK_5	0,517	Valid
		KMK_6	0,646	Valid
		KMK_7	0,543	Valid
		KMK_8	0,528	Valid

Sumber: Olah data, 2021

Berdasarkan pengujian validitas pada Tabel 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap item kuesioner yang digunakan dapat dinyatakan valid karena nilai dari uji korelasinya diatas nilai t_{tabel} yang disyaratkan (0,349).

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan (Cronbach alpha >0.60 = Reliabel)
PMCC	0,803	Reliabel
PMOC	0,715	Reliabel
PMSP	0,727	Reliabel
KMK	0,849	Reliabel

Sumber: Olah data, 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach alpa yang diperoleh adalah lebih besar dari nilai Cronbach alpa yang disyaratkan, sebesar 0,60.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		PMCC	PMOC	PMSP	KMK
N		130	130	130	130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	30,21111	31,2167	30,4753	36,5367
	Std. Deviation	4,24819	3,75459	3,21570	4,19776
Most Extreme Differences	Absolute	,105	,102	,171	,131
	Positive	,157	,079	,101	,095
	Negative	-,125	-,112	-,108	-,131
Test Statistic		,125	,192	,111	,161
Asymp. Sig. (2-tailed)		,445 ^c	,524 ^c	,548 ^c	,622 ^c

Sumber: Olah data, 2021

Tabel 3 menunjukkan Nilai *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) untuk variabel pembayaran menggunakan credit card (PMCC), Pembayaran menggunakan OVO Cash (PMOC) dan Pembayaran menggunakan Shopee Pay (PMSP) dan Keinginan membeli konsumen dengan nilai *Asymp. Sig* berada di atas atau lebih besar dari 0,05, sehingga data terdistribusi secara normal.

Regresi linear berganda

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Berganda

	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients
1 (Constant)	7,132	8,738
PMCC	,164	,245
PMOC	,355	,275
PMSP	,247	,231

Sumber: Olah data, 2021

Tabel 4 Nilai konstanta a (Constant) = 7, 132 dan koefisien regresi b1 (PMCC) = 0,164, koefisien regresi b2 (PMOC) = 0,355 dan koefisien regresi b3 (PMSP) = 0,247, maka persamaan regresinya : $Y = 7,132 + 0,164_{PMCC} + 0,355_{PMOC} + 0,247_{PMSP} + e$

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.5 Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,543 ^a	,376	,382	3,546743

Sumber: Olah data, 2021

Tabel 4.5 nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,376 artinya variabel keinginan membeli konsumen sebesar 37,6% dipengaruhi oleh pembayaran menggunakan credit card, pembayaran menggunakan OVO Cash dan pembayaran menggunakan Shopee Pay sebesar 37,6% dan 62,4% dipengaruhi faktor lain.

Uji t

Uji t dapat dilihat dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa :

1. Nilai Siq variabel Pembayaran Menggunakan Credit Card (PMCC) sebesar 0,035 (sig < 0,05), Ini menunjukkan bahwa Pembayaran Menggunakan Credit Card berpengaruh negatif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu (**Hipotesis satu ditolak**).
2. Nilai Siq variabel Pembayaran Menggunakan OVO Cash (PMOC) sebesar 0,078 (sig > 0,05), Ini menunjukkan bahwa Pembayaran Menggunakan OVO Cash

berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu (**Hipotesis dua diterima**).

3. Nilai $Sig > 0,05$, Ini menunjukkan bahwa Pembayaran Menggunakan Shopee Pay (PMSP) sebesar 0,105 ($sig > 0,05$), Ini menunjukkan bahwa Pembayaran Menggunakan Shopee Pay berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu (**Hipotesis tiga diterima**).

Tabel 4.6 Hasil uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	7,132	8,738		,156	,273
	PMCC	,164	,245	,152	,760	,035
	PMOC	,355	,275	,353	,987	,078
	PMSP	,247	,231	,259	,718	,105

a. Dependent Variable: KMK

Sumber: Olah data, 2021

Uji F

Tabel 7 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($< 0,05$) dengan nilai F sebesar 5,751 ini artinya pembayaran menggunakan credit card, OVO cash dan Shopee Pay secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap terhadap keinginan membeli konsumen di Bengcoolen Mall Bengkulu

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	342,245	3	82,548	5,751	,004 ^b
	Residual	376,314	24	11,936		
	Total	718,559	27			

Pembahasan

Pembayaran Menggunakan Credit Card berpengaruh negatif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat tidak memiliki Credit Card dan dalam melakukan pembelian biasanya langsung menggunakan uang tunai, disamping itu prosedur pembuatan Credit

Card masyarakat harus memenuhi persyaratan-persyaratan yang harus di penuhi dan Citra negatif kartu kredit yang membuat seseorang selalu berhutang dan risiko berurusan dengan debt collector. Keberadaan kartu kredit diketahui dengan baik oleh masyarakat. Untuk sebagian kalangan, kartu kredit bahkan mendukung gaya hidupnya dan dimanfaatkan pada hampir semua transaksi pembelian barang atau jasa (Sulistiyawaty, 2012). Akan tetapi, masih banyak konsumen yang belum menggunakan kartu kredit, bahkan menolak untuk memiliki kartu tersebut.

Pembayaran Menggunakan OVO Cash berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu. Ini menunjukkan bahwa banyak masyarakat yang menggunakan produk OVO dalam bentuk Handphone dan menawarkan fitur-fitur yang menarik atau diskon yang akan di dapat saat melakukan pembelian, disamping itu juga ada kemudahan yang diperoleh oleh masyarakat pada saat melakukan transaksi pembelian, hal inilah yang membuat masyarakat terutama yang menggunakan produk OVO tertarik untuk melakukan transaksi pembelian.

Pembayaran menggunakan Shopee Pay berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bengcoolen Mall Bengkulu. Aplikasi shopee Pay mempunyai sumbangsih dalam menarik minat beli konsumen. Pembayaran menggunakan Shopee pay sudah sangat lekat di tangan masyarakat terutama mahasiswa, mereka dapat dengan mudah mendapatkan barang yang di inginkan melalui Shopee Pay. Dari segi manfaatnya yang dirasakan konsumen memberikan kemudahan dan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Pembayaran Menggunakan Credit Card berpengaruh negatif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu
2. Pembayaran Menggunakan OVO Cash berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu
3. Pembayaran Menggunakan Shopee Pay berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bencoolen Mall Bengkulu
4. Secara bersama-sama pembayaran menggunakan credit card, OVO cash dan Shopee Pay berpengaruh positif terhadap keinginan membeli konsumen di Bengcoolen Mall Bengkulu
5. Persamaan regresi berganda : $Y = 7,132 + 0,164P_{MCC} + 0,355P_{MOC} + 0,247P_{MSP} + e$, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,376 artinya variabel keinginan membeli konsumen sebesar 37,6% dipengaruhi oleh pembayaran menggunakan credit card, pembayaran menggunakan OVO Cash dan pembayaran menggunakan Shoppe Pay sebesar 37,6% dan 62,4% dipengaruhi faktor lain.

Saran

1. Sebaiknya bagi pihak atau perusahaan yang menerbitkan pembayaran non tunai dengan menggunakan e-money, dapat memberikan kemudahan persyaratan pada

- saat apply e-money sebagai alat pembayaran non tunai.
2. Adanya potongan harga atau diskon khusus yang diberikan kepada konsumen agar tertarik menggunakan e-money sebagai alat pembayaran dalam berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardana, Cenik dan Lukman Hendro. (2016). Sistem Informasi Akuntansi. Mitra Wahana Media. Jakarta.
- Bank Indonesia. (2021). *Statistik Sistem Pembayaran (SSP) Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- BIS. (1996). Implications for central banks of the development of electronic money
Bank Indonesia, Sistem Pembayaran di Indonesia,
<http://www.bi.go.id/id/sistempembayaran/di-Indonesia/Contents/Default.asp>
- Bank Indonesia. (2014). *Bank Indonesia Menganangkan Gerakan Nasional Non Tunai. Siaran Pers Bank Indonesia*
- Gubernur Bank Indonesia, Peraturan Bank Indonesia No. 14/2/PBI Tahun 2012 Tentang *Perubahan Atas PBI No. 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran Dengan menggunakan Kartu*
- Mulyadi, 2013. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat. Jakarta
- Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Sistem dan Transaksi Elektronik²⁴
- Rahmawati, dkk (2018). Analisis Pengaruh E-Money Terhadap perputaran Uang di Indonesia. *DINAMIC : Directory Journal of Economic Volume 2 Nomor 3*
- Susilawati, & Putri, D. Z. (2019). Analisis Pengaruh Transaksi Non Tunai dan Suku Bunga BI Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 1(2), 667–678.
- Sugiyono. 2013, *Metode Penelitian Kombinasi.*, Bandung, Rieneka Cipta