

**PENGARUH TREND MASA KINI DAN *LIFE STYLE*  
TERHADAP PEMBAYARAN DIGITALISASI PADA  
SISWA SMK SWASTA RISMADUMA SUMBUL  
KABUPATEN DAIRI SUMATRA UTARA**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**MIDOS UEEN MATANARI  
208320123**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)28/11/24

**PENGARUH TREND MASA KINI DAN *LIFE STYLE*  
TERHADAP PEMBAYARAN DIGITALISASI PADA  
SISWA SMK SWASTA RISMADUMA SUMBUL  
KABUPATEN DAIRI SUMATRA UTARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area**

**OLEH**

**MIDOS UEEN MATANARI  
208320123**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)28/11/24

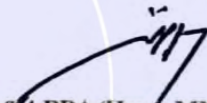
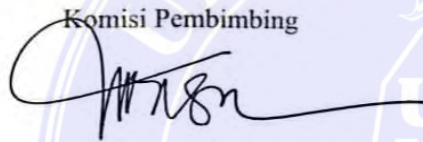
**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Trend Masa Kini dan *Life Style* Terhadap Pembayaran Digitalisasi Pada Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatra Utara  
Nama : Midos Ueen Matahari  
NPM : 208320123  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding



(Dr. Nur Aisah Nasution, SE, MM)  
Pembimbing

(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)  
Pembanding

Mengetahui :

  
(Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)  
Dekan  
(Fitriani Tobing, SE, M.Si)  
Ka. Prodi Manajemen

**Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 20 September 2024**


### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulis ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini .

Medan, 20 September 2024



  
Midos Ueen Matanari  
208320123

**HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/ SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya bertandatangan dibawah ini:

Nama : Midos Ueen Matanari  
NPM : 208320123  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas *Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul : *Pengaruh Trend Masa Kini Dan Life Style Terhadap Pembayaran Digitalisasi Pada Siswa Smk Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatra Utara*

Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 20 September 2024



  
Midos Ueen Matanari  
208320123



## **RIWAYAT HIDUP**

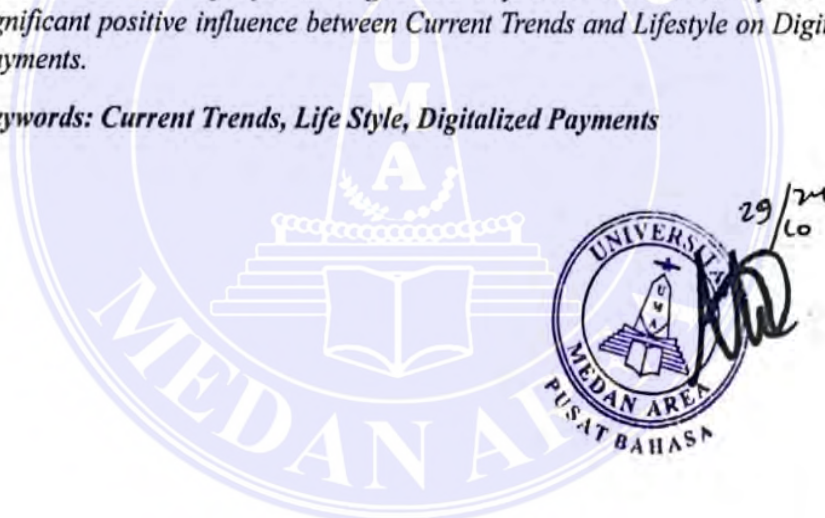


|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Nama</b>                  | <b>Midos Ueen Matanari</b>  |
| <b>Npm</b>                   | <b>208320123</b>  |
| <b>Tempat, Tanggal lahir</b> | <b>Tanjung Beringin 06 April 2001</b>   |
| <b>Nama Orang Tua</b>        |   |
| <b>Ayah</b>                  | <b>Jamatua Matanari</b>   |
| <b>Ibu</b>                   | <b>Dearmauli sigalingging</b>   |
| <b>Riwayat Pendidikan</b>    |   |
| <b>SD</b>                    | <b>SDN 035937 Tanjung Beringin</b>  |
| <b>SMP</b>                   | <b>SMPN 2 Sumbul</b>  |
| <b>SMA/SMK</b>               | <b>SMKS Rismaduma Sumbul</b>  |
| <b>Riwayat Studi Di UMA</b>  | <b>-</b>  |
| <b>Pengalaman Pekerjaan</b>  | <b>-</b>  |
| <b>No.HP/WA</b>              | <b>085263760805</b>   |
| <b>Email</b>                 | <b><a href="mailto:Midosmatanari716@gmail.com">Midosmatanari716@gmail.com</a></b> |

## ABSTRACT

*The aim of this research is to determine the influence of current trends and lifestyles on the digitalization of payments for students at the Rismaduma Sumbul Private Vocational School, Dairi Regency, North Sumatra, both directly and indirectly. This research approach is associative. The population was 969 students of the Rismaduma Sumbul Private Vocational School, Dairi Regency, North Sumatra and the sample was 91 students of the Rismaduma Sumbul Private Vocational School, Dairi Regency, North Sumatra. Data collection techniques in this research used interview techniques, documentation studies, observations and questionnaires. The data analysis technique in this research uses Multiple Linear Regression Analysis Test, Hypothesis Test (t Test and F Test), and Coefficient of Determination. Data processing in this research used the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software program version 29.00. The influence hypothesis is concluded directly that partially there is a positive and significant influence between Current Trends on Digitalization Payments. Partially there is a positive and significant influence between Lifestyle on Digitalized Payments. Simultaneously there is a significant positive influence between Current Trends and Lifestyle on Digitalized Payments.*

**Keywords:** *Current Trends, Life Style, Digitalized Payments*



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Trend Masa Kini Dan *Life Style* Terhadap Pembayaran Digitalisasi Pada Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatra Utara baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Pendekatan penelitian ini adalah asosiatif. Populasinya sebanyak 969 Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatra Utara dan sampelnya sebanyak 91 Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatra Utara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, studi dokumentasi, observasi, dan angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Analisis Regresi Liner Berganda, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* SPSS (*Statistic Package for the Social Sciens*) versi 29.00. Hipotesis pengaruh langsung menyimpulkan bahwa Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Trend* Masa Kini Terhadap Pembayaran Digitalisasi. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Life Style* Terhadap Pembayaran Digitalisasi. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara *Trend* Masa Kini Dan *Life Style* Terhadap Pembayaran Digitalisasi.

**Kata Kunci :** *Trend* Masa Kini, *Life Style*, Pembayaran Digitalisasi



## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRACT</b> .....  | <b>I</b>    |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | <b>II</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | <b>III</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | <b>VI</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | <b>VII</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | <b>VIII</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....   | <b>1</b>    |
| 1.1. Latar Belakang.....   | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah .....  | 8           |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian .....  | 10          |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....  | 10          |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....   | 11          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....   | <b>12</b>   |
| 2.1 Landasan Teori.....  | 12          |
| 2.1.1 Pembayaran Digitalisasi .....  | 12          |
| 2.1.1.1 Pengertian Pembayaran Digitalisasi.....                                    | 12          |
| 2.1.1.2Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pembayaran Digitalisasi .....             | 16          |
| 2.1.1.3 Tujuan Dan Manfaat Pembayaran Digitalisasi .....                           | 16          |
| 2.1.2 <i>Trend</i> Masa Kini.....  | 17          |
| 2.1.2.1 Pengertian <i>Trend</i> .....  | 17          |
| 2.1.2.2 Pengertian Masa Kini .....   | 18          |
| 2.1.3 <i>Life style</i> .....  | 18          |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Life style</i> .....   | 18          |
| 2.1.3.2 Aspek – Aspek <i>Life style</i> .....                                      | 19          |
| 2.1.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Life style</i> .....                  | 21          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu.....  | 24          |
| 2.3 Hubungan Antar Variable .....  | 25          |
| 2.3.1 Hubungan Trend Masa Kini Terhadap Pembayaran Digitalisasi .                  | 26          |
| 2.3.2 Hubungan Life Style Terhadap Pembayaran Digitalisasi.....                    | 26          |
| 2.3.3 Hubungan Tren Masa Kini Dan Life Style Terhadap Pembayaran Digitalisasi..... | 27          |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 2.4                                       | Kerangka konseptual.....                           | 28        |
| 2.5                                       | Hipotesis penelitian.....                          | 28        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b> |  | <b>30</b> |
| 3.1                                       | Jenis Tempat Dan Waktu Penelitian .....            | 30        |
| 3.1.1                                     | Jenis Penelitian .....                             | 30        |
| 3.1.2                                     | Jenis Dan Waktu Penelitian .....                   | 30        |
| 3.2.                                      | Populasi Dan Sampel.....                           | 31        |
| 3.2.1                                     | Populasi.....                                      | 31        |
| 3.2.2                                     | Sampel .....                                       | 32        |
| 3.3                                       | Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional. .... | 33        |
| 3.3.1                                     | Variabel Penelitian. ....                          | 33        |
| 3.3.2                                     | Definisi Operasional.....                          | 33        |
| 3.4                                       | Data .....   | 34        |
| 3.4.1                                     | Sumber Data .....                                  | 34        |
| 3.4.2                                     | Teknik Pengumpulan Data.....                       | 35        |
| 3.5                                       | Uji Validitas Dan Reliabilitas.....                | 36        |
| 3.5.1                                     | Uji Validitas. ....                                | 36        |
| 3.5.2                                     | Uji Reliabilitas .....                             | 36        |
| 3.6                                       | Teknik Analisis Data .....                         | 37        |
| 3.6.1                                     | Regresi Linear Berganda .....                      | 37        |
| 3.6.2                                     | Uji Asumsi Klasik .....                            | 38        |
| 3.6.2.1                                   | Uji Normalitis .....                               | 38        |
| 3.6.3                                     | Uji Hipotesis .....                                | 40        |
| 3.6.3.1                                   | Uji - t.....                                       | 40        |
| 3.6.3.2.                                  | Uji F (F-test) .....                               | 41        |
| 3.6.4.                                    | Koefisien Determinasi (R-Square).....              | 43        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>   |  | <b>44</b> |
| 4.1                                       | Hasil Penelitian .....                             | 44        |
| 4.1.1                                     | Deskripsi Hasil Penelitian .....                   | 44        |
| 4.1.2                                     | Deskripsi Identitas Responden .....                | 45        |
| 4.1.3.1                                   | Variabel <i>Trend</i> Masa Kini .....              | 45        |
| 4.1.3.2                                   | Variabel <i>Life Style</i> .....                   | 46        |
| 4.1.3.3                                   | Variabel Pembayaran Digitalisasi.....              | 47        |
| 4.2                                       | Analisis Data.....                                 | 49        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.2.1 Uji Kualitas Data.....  | 49        |
| 4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....  | 51        |
| 4.2.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....   | 53        |
| 4.2.4 Pengujian Hipotesis.....  | 55        |
| 4.2.4.1 Uji t ( Parsial).....   | 55        |
| 4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (R-Square).....   | 59        |
| 4.3 Pembahasan .....  | 60        |
| 4.3.1 Pengaruh <i>Trend</i> Masa Kini Terhadap Pembayaran Digitalisasi ....                       | 61        |
| 4.3.2 Pengaruh <i>Life Style</i> Terhadap Pembayaran Digitalisasi.....                            | 61        |
| 4.3.3 Pengaruh <i>Trend</i> Masa Kini Dan <i>Life Style</i> Terhadap Pembayaran Digitalisasi..... | 61        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>63</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....   | 63        |
| 5.2 Saran.....  | 63        |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian.....  | 63        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>65</b> |

## DAFTAR TABEL

|                   |  |    |
|-------------------|--|----|
| Tabel 1.1         | Pra-Survey Penelitian .....  | 6  |
| Tabel 2.1         | Penelitian Terdahulu .....   | 26 |
| Tabel 3.1         | Rincian Waktu Penelitian .....   | 32 |
| Table 3.2         | Defenisi Operasional.....  | 35 |
| Table 3.3         | Nilai skor angket.....   | 37 |
| Tabel 4.1         | Instrumen Skala Likert .....   | 46 |
| Tabel 4.2         | Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                 | 47 |
| Tabel 4.3         | Angket Skor Untuk Variabel <i>Trend</i> Masa Kini (X1) .....             | 47 |
| Tabel 4.4         | Angket Skor Untuk Variabel <i>Life Style</i> (X2) .....                  | 48 |
| Tabel 4.5         | Angket Skor Untuk Variabel Pembayaran Digitalisasi (Y) .....             | 50 |
| Tabel 4.6         | Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Trend</i> Masa Kini (X1) ..... | 51 |
| Tabel 4.7         | Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Life Style</i> (X2) .....      | 52 |
| Tabel 4.8         | Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Pembayaran Digitalisasi (Y)<br>52 |    |
| Tabel 4.9         | Uji Realibilitas .....   | 53 |
| Tabel 4.10.       | Uji Multikolinearitas .....  | 55 |
| Tabel 4.11.       | Uji Regresi Linear Berganda .....  | 57 |
| <i>Tabel 4.12</i> | <i>Uji t (Parsial)</i> .....   | 59 |
| Tabel 4.13        | Uji F .....  | 62 |
| Tabel 4.14        | Uji Koefisien Determinasi .....  | 63 |



## **DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 kerangka konseptual. ....                                      | 30 |
| Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis t .....                           | 43 |
| Gambar3.2 Pengujian Hipotesis F .....                                     | 44 |
| Gambar 4.1 Uji Normalitas .....   | 54 |
| Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....                                  | 56 |
| Gambar 4.3 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t (Trend Masa Kini) .....     | 60 |
| Gambar 4.4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t ( <i>Life Style</i> ) ..... | 61 |



## **KATA PENGANTAR**


Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah "PENGARUH TREND MASA KINI DAN LIFE STLYLE TERHADAP PEMBAYARAN DIGITALISASI PADA SISWA SISWI SMK SWASTA RISMADUMA SUMBUL KABUPATEN DAIRI PROVINSI SUMATERA UTARA”

Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Selama menyusun skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Dadan Ramdan, M.Eng. M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing , S.E. M.Si selaku Ketua Prodi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
- 4.Ibu Dr Nur Aisah Nasution,SE, MM selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dalam penyusunan serta memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku dosen Pembanding yang telah membantu memberikan bimbingan kepada penulis dengan sabar dan penuh tanggung jawab.
6. Ibu Nindy Yunita SE.MSi selaku dosen sekretaris yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dengan baik dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua yang saya sayangi dan saudara-saudara saya yang memberi dukungan serta doa yang tidak ternilai harganya demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman terdekat dan teman seperjuangan saya yang telah mendukung dalam penyelesaian skripsi ini
9. Kepada sahabat saya Gery Pranly Situmorang S.M yang memberikan pengetahuannya kepada penulis demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis sangat menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini baik isi maupun pembasannya masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis.

Penulis  
  
Midos Ueen Matanari  
208320124

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar belakang**

Seiring dengan berkembangnya industri 4.0, masyarakat modern telah disuguhkan dengan berbagai kemudahan yang menjadi bagian dalam keseharian. Salah satunya adalah dengan kemunculan aplikasi belanja berbasis digital yang memudahkan penggunanya untuk melakukan transaksi non tunai. Berdasarkan penelitian, variabel trend masa kini dan lifestyle berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi pembayaran digital.

Definisi mengenai Industri 4.0 adalah transformasi komprehensif dari keseluruhan aspek produksi di industri melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional Merkel (2014). Schlechtendahl dkk (2015) menekankan definisi kepada unsur kecepatan dari ketersediaan informasi, yaitu sebuah lingkungan industri di mana seluruh entitasnya selalu terhubung dan mampu berbagi informasi satu dengan yang lain.

Era digital saat ini, mengharuskan masyarakat untuk cerdas dalam memanfaatkan kemudahan dan keefektifan dalam berinteraksi antara satu sama lain. Berbagai inovasi digital pada berbagai bidang membuktikan bahwa masyarakat juga turut andil dalam perkembangan zaman yang semakin modern. Berkembangnya bisnis financial technology (fintech) juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan startup yang bergerak di sektor keuangan digital. Salah satu produk finansial digital tersebut adalah aplikasi layanan pembayaran digital atau uang elektronik (e-money). Dengan munculnya aplikasi layanan pembayaran



digital memungkinkan masyarakat untuk tetap dapat melakukan transaksi finansial tanpa perlu adanya kehadiran uang tunai. Pertumbuhan bisnis startup yang menjadi salah satu tren masa kini, juga telah membuat para pelaku usaha ini berlomba-lomba melakukan inovasi-inovasi dalam produk finansial digitalnya guna menyokong kegunaan aplikasi utama, seperti Go-Pay dari Go-Jek dan Ovo yang bekerjasama dengan Grab. Penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital lebih nyaman dibandingkan penggunaan uang tunai (dalam transaksi bernilai kecil), karena pengguna tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas untuk transaksi, juga tidak perlu membawa uang tunai dan direpotkan dengan ketelitian dalam pengecekan uang kembali secara konvensional yang lebih sulit. Persepsi kenyamanan dan kemudahan penggunaan aplikasi tersebut, serta faktor pendorong masyarakat kearah gaya hidup yang lebih konsumtif dan tingkat kepercayaan pengguna yang positif terhadap aplikasi pembayaran digital mengindikasikan tingkat penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital yang mengalami kenaikan. Beberapa atribut penting yang mendasari mobile payment adalah aktor yang terlibat, karakterisasi dari mobile payment, skenario mobile payment dan operasi yang terlibat dalam mobile payment (McKitterick, 2003). Hal tersebut juga menjadi faktor pendorong keputusan pembelian konsumen dalam penggunaannya dengan aplikasi berbasis digital.

Adanya transaksi menggunakan dompet digital adalah wujud dari perkembangan teknologi. Masyarakat pun telah dikenalkan dengan gaya hidup tanpa uang tunai (cashless society) atau dikenal dengan Gerakan Non Tunai. Cashless society adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam

bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang fisik, melainkan melalui perpindahan informasi finansial secara digital. Dalam bertransaksi sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang nyata, melainkan uang digital (Bintarto, 2018). Dompot digital adalah jenis akun Prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang online, dan tiket penerbangan. Dompot digital bisa diunduh secara gratis melalui smartphone setiap orang (Rosmayanti, 2019). Dompot digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat dimana dalam waktu seminggu sekitar satu hingga dua kali menggunakan pembayaran transaksi mencapai 68%. Adanya dompot digital seperti OVO, Gopay, Dana, sampai mbanking menjadikan manusia konsumtif dikarenakan mudahnya layanan transaksi melalui digital. Transaksi yang paling sering digunakan menurut hasil riset lembaga riset berbasis aplikasi, snapchart yaitu transaksi retail (28%), pemesanan transportasi online (27%), dan pemesanan makanan online (20%). Sisanya, untuk transaksi e-commerce (15%) dan pembayaran tagihan (7%). Segmen transaksi pemesanan transportasi online dan pengiriman makanan online, data penelitian Snapcart menunjukkan posisi ovo sebagai dompot digital layanan Grab dan Grab Food menunjukkan 71% responden yang menggunakan ovo untuk transaksi ini (Supriyanto, 2019). Berdasarkan data di atas dapat dikatakan bahwa uang elektronik untuk transaksi harian seperti transportasi, pengiriman makanan cepat saji, dan belanja telah populer di kalangan konsumen Indonesia terutama pada kaum generasi milenial maupun generasi Z yang dikenal fasih menggunakan teknologi. Bagi generasi milenial, sudah menjadi

hal yang biasa berbelanja atau bertransaksi tanpa uang tunai. Mereka sudah terbiasa menggunakan alat-alat elektronik seperti kartu debit, kredit, ataupun uang elektronik (Rif'ah, 2019). Maraknya penggunaan dompet digital di kalangan generasi milenial menjadikan ketertarikan peneliti dalam hal memanfaatkan teknologi kekinian (uang elektronik) dari motif dan interaksi. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti menggunakan pendekatan interaksi simbolik. Menurut (Rivai, Veithzal, & Idroes, 2007) uang elektronik adalah alat bayar elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut. Sedangkan menurut (Hidayati, Nuryanti, Fadly, & Darmawan, 2006)) pengertian uang elektronik (*e-money*) mengacu pada definisi yang dikeluarkan oleh Bank for International Settlement mendefinisikan uang elektronik sebagai “stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer’s possession” (produk storedvalue atau prepaid dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang) Menurut Peraturan Bank Indonesia NOMOR:11/12PBI/2009, uang elektronik adalah pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut :

- 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, dan
- 4) Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Jenis uang elektronik berdasarkan tercatat atau tidaknya data identitas pemegang pada penerbit uang elektronik dibagi menjadi :
  - a) Uang Elektronik Registered, merupakan Uang elektronik yang data identitas pemegangnya tercatat/terdaftar pada penerbit uang elektronik. Dalam kaitan ini, penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabah dalam menerbitkan uang elektronik yang tersimpan pada media chip atau server jenis registered adalah Rp 5.000.000, 00 (lima juta Rupiah).
  - b) Uang Elektronik Unregistered, merupakan Uang Elektronik yang data identitasnya pemegang tidak tercatat/terdaftar pada penerbit uang elektronik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dua variabel dikatakan signifikan dan satu variabel yang tidak signifikan. Gaya hidup maupun lifestyle adalah faktor-faktor yang memiliki nilai signifikansi dalam mempengaruhi keputusan penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital di kaum milenial. Sedangkan, variabel trend masa kini tidak berpengaruh positif. Penggunaan aplikasi pembayaran digital memberikan kemudahan dan trend bagi konsumen dalam



melakukan transaksi pembelian, namun demikian rasa percaya dan keamanan aplikasi masih menjadi alasan bagi konsumen untuk memutuskan menggunakan aplikasi ini. Pemberi layanan dapat mementingkan aspek *brand image* yang disuguhkan kepada pelanggan, serta vitur yang sesuai dengan pemenuhan gaya hidup. Pandangan konsumen yang baik terhadap aplikasi layanan pembayaran digital perlu dipertahankan sehingga kepuasan pelanggan dapat selalu diandalkan dalam pemenuhan aspek persepsi konsumen dan gaya hidup tersebut.

Akibat perkembangan keuangan seperti Pembayaran Digitalisasi memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses transaksi keuangan, hal ini sangat mendorong sikap konsumtif manusia. Dengan adanya aplikasi Pembayaran Digitalisasi yang bahkan dapat diakses pada android masing-masing tanpa harus keluar rumah lagi, semakin menjadi peluang bagi mereka dalam melakukan Pembayaran Digitalisasi (Mengga et al., 2023).

Pembayaran Digitalisasi memiliki fungsi untuk melakukan pembayaran secara tidak tunai kepada penjual (Usman, 2017). Meningkatnya Pembayaran Digitalisasi di kalangan pelajar dapat mempengaruhi pelajar memiliki sikap boros karena kemudahan bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya (Arianty & Marfah, 2023).

**Tabel 1.1 Pra-Survey Penelitian**

| Pertanyaan  | Frekuensi |
|---|-----------|
| 1. Apakah anda menggunakan pembayaran digitalisasi dalam bertransaksi?            |           |
| a. Saya selalu menggunakan pembayaran digitalisasi untuk bertransaksi             | 5         |
| b. Saya jarang menggunakan menggunakan pembayaran digitalisasi untuk bertransaksi | 7         |

|   |    |
|---|----|
| c. Saya menggunakan pembayaran digitalisasi hanya saat keadaan penting saja.                                  | 13 |
| d. Saya masih kesulitan dalam menggunakan pembayaran digitalisasi.  | 5  |
| 2. Apakah anda memiliki hambatan menggunakan pembayaran digitalisasi?   |    |
| a. Saya kesulitan dalam bertransaksi karena masih kurangnya penjual yang menggunakan pembayaran digitalisasi. | 8  |
| b. Saya mengalami kegagalan bertransaksi menggunakan pembayaran digitalisasi                                  | 12 |
| c. Saldo saya yang menghilang   | 5  |
| d. Saya mendapatkan biaya admin saat bertransaksi.  | 5  |
| 3. Apakah <i>digital literacy</i> memberikan manfaat?   |    |
| a. Saya sudah mempelajari <i>digital literacy</i> sebagai wadah berwirausaha                                  | 5  |
| b. Saya menggunakan <i>digital literacy</i> untuk mengikuti perkembangan zaman.                               | 15 |
| c. Saya merasa <i>digital literacy</i> sangat membantu.   | 5  |
| d. Saya belum sepenuhnya mempelajari <i>digital literacy</i> .  | 5  |
| 4. Apakah menggunakan pembayaran digitalisasi Menambah keterampilan para pengguna akan teknologi?             |    |
| a. Saya merasa lebih update dengan kemajuan teknologi   | 6  |
| b. Saya merasa menggunakan pembayaran digitalisasi tidak sulit yang saya pikirkan                             | 14 |
| c. Saya merasa menambah wawasan akan kemajuan teknologi terutama menggunakan pembayaran digitalisasi          | 5  |
| d. Saya yakin nantinya akan kreatif dalam berbisnis   | 5  |
| 5. Apakah anda lebih hemat karena menggunakan pembayaran digitalisasi?  |    |
| a. Saya tidak mengkonsumsi barang dengan harga mahal secara terus menerus                                     | 9  |
| b. Saya membeli barang bukan berdasarkan trend  | 5  |
| c. Saya menerapkan gaya hidup minimalis   | 5  |
| d. Saya lebih hemat tidak memakai uang cash.  | 11 |
| 6. Apakah anda mengonsumsi barang secara berlebihan?  |    |
| a. Saya memberi produk baru meskipun yang lama masih digunakan  | 5  |
| b. Saya membeli beberapa barang tanpa ragu saya menyukainya   | 5  |
| c. Saya suka melakukan pembelian karena keinginan sesaat  | 5  |
| d. Saya tetap membeli barang yang saya suka meskipun bukan yang saya butuhkan                                 | 15 |

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan pra riset penelitian pada Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatera Utara didapatkan bahwa Pembayaran Digitalisasi yang belum sepenuhnya optimal, seperti terjadinya gagal dalam bertransaksi, uang yang ada di aplikasi menghilang. Selain itu, masih banyak toko yang belum menerapkan pembayaran digitalisasi sehingga mempersulit pengguna.

Kemudian, pembayaran digitalisasi merupakan *trend* masa kini yang mempengaruhi Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatera Utara untuk bersikap boros. *Lifestyle* mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umumnya sama yang menjadi model utama. Biasanya mahasiswa cenderung memiliki *Lifestyle* yang hanya mengutamakan untuk kesenangan dalam hidupnya dimana memicu kecenderungan mengikuti, hasrat mengikuti trend zaman sekarang dengan membeli barang *branded* tanpa melihat kebutuhannya hal tersebut mempengaruhi lemahnya pengelolaan keuangan dan membuat mahasiswa berperilaku boros.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh *Trend* Masa Kini Dan *Lifestyle* Terhadap Pembayaran Digitalisasi Pada Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatera Utara”**

## 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi

layanan pembayaran non tunai adalah Pada perekonomian masa kini, manusia dituntut untuk dapat mengikuti kemajuan perkembangan teknologi khususnya pada kaum milenial contohnya pada siswa siswi yang sedang menjadi bahan penelitian. Gagasan dan perwujudan tersebut menemukan solusi untuk membantu mempermudah keinginan manusia agar mendapatkan kebutuhan. Menjamurnya bisnis startup membuat para pelaku usaha ini berlomba-lomba melakukan inovasi-inovasi dalam produk finansial digitalnya. Tak jarang, banyak waralaba yang mengeluarkan terobosan baru agar tidak kalah saing untuk mendapatkan hati calon pembelinya seperti peningkatan pelayanan, pengantaran barang hingga kerumah pembeli, bahkan penambahan durasi. Agar dapat menunjang kebutuhan tersebut, pembeli juga harus memiliki alat transaksi pembayaran yang memadai sehingga dapat digunakan dalam pemenuhan kebutuhan. Dalam hal ini, pembayaran digital sangat berperan penting untuk mempermudah proses pemenuhan kebutuhan. Dengan munculnya uang elektronik akan memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi finansial tanpa menggunakan uang tunai. Kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dengan berbagai jenis produk yang ditawarkan terkadang membuat manusia menjadi dilema atas apa yang akan dipilihnya. Dalam hal prioritas tertentu, yang menyangkut hajat hidup manusia atau kebutuhan primer yang mendesak tersebut harusnya diutamakan serta tidak boleh diabaikan. Sedangkan kebutuhan kedua atau yang biasa disebut sebagai keinginan tersebut masih bisa ditangguhkan. Kebutuhan pokok, wajib dipenuhi secepatnya jika tidak maka akan menjadikan manusia menderita bahkan menggoncangkan sendi-sendi lahir dan batin. Betapapun kuat mentalnya jika

kebutuhan pokok tidak terpenuhi maka akan membuat tersiksa, oleh sebab itu maka perlu didahulukan. Dengan adanya pembayaran digital diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia sebagai penopang kelangsungan hidupnya.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Pada rumusan masalah diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *trend* masa kini terhadap penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital di kalangan siswa siswi smk swasta rismaduma Sumbul ?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup (*life style*) terhadap penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital di kalangan siswa siswi smk swasta rismaduma sumbul ?
3. Bagaimana pengaruh budaya pembayaran digitalisasi terhadap nilai konsumtif di kalangan siswa siswi SMK Swasta Rismaduma Sumbul ?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini mencakup tiga hal sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *trend* masa kini terhadap penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital di SMK Swasta Rismaduma Sumbul
2. Menganalisis pengaruh gaya hidup *life style* terhadap penggunaan aplikasi layanan pembayaran digital di SMK Swasta Rismaduma Sumbul



3. Menganalisis apa yang mempengaruhi dampak pembayaran digitalisasi terhadap *mindset* siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah memberikan pelatihan untuk mengembangkan pengetahuan dan memperluas wawasan penulis untuk berpikir kritis dan sistematis untuk memecahkan masalah terkait *trend* masa kini dan *life style* terhadap pembayaran digitalisasi.

### 2. Bagi Universitas Medan Area

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar sarjana manajemen Universitas Medan Area.

### 3. Bagi siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul

Manfaat penelitian ini dapat mengetahui dampak dari *trend* masa kini dan *life style* terhadap perilaku konsumtif.

### 4. Bagi Pembaca

Diharapkan menemukan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi mengenai dampak *trend* masa kini dan *life style* terhadap pembayaran digitalisasi yang sedang berjalan seperti saat ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Pembayaran Digitalisasi

###### 2.1.1.1 Pengertian Pembayaran Digitalisasi

Perkembangan teknologi informasi berkembang pada sektor teknologi dan juga pada sektor perekonomian. Pola perilaku baru dan gaya hidup menjadikan penggunaan teknologi keuangan semakin diminati. *Financial Technology* (*Fintech*) menjadikan layanan pada jasa keuangan semakin mudah dan berkembang. Perkembangan *fintech* saat ini sudah banyak menampilkan inovasi aplikasi dalam layanan jasa keuangan, seperti alat pembayaran, alat pinjaman dan lain-lain (Sugiarti et al., 2019) Peningkatan jumlah pertumbuhan penduduk di Indonesia menjadi peluang tersendiri bagi banyak perusahaan jasa keuangan khususnya *financial technology*. Bonus demografi yang didominasi oleh penduduk berusia produktif (15 - 64 tahun) akan bertambah sebanyak 70% dalam 10 tahun mendatang (Indonesia, 2017). Generasi millennial merupakan salah satu bagian yang akan mendominasi pertumbuhan penduduk Indonesia dalam 10 tahun mendatang. Menurut (Leon, 2018) generasi millennial adalah mereka yang lahir pada tahun 1980-2004.

Tumbuhnya berbagai macam produk seperti sekolah, Pendidikan dan gaya hidup menjadikan kaum milenial menjadi target yang sangat menjanjikan pada sektor keuangan digital. Hal ini menjadikan perusahaan penyedia jasa layanan pembayaran digital harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan target

market yang jelas untuk dapat berkompetisi dan mendapatkan *market share* yang tinggi (Mohammad, 2019). Perusahaan harus mampu untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi niat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak sehingga berdampak kepada kinerja perusahaan dan keuntungan perusahaan yang lebih baik (Mohammad, 2019). Beberapa faktor yang menjadikan generasi milenial untuk bertransaksi pada menggunakan pembayaran digital adalah pengetahuan keuangan. Menurut (Herdjiono et al., 2016) *financial knowledge* adalah pengetahuan mengacu pada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangan pribadi, yang diukur dengan tingkat pengetahuan mereka tentang berbagai konsep keuangan pribadi. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa *financial knowledge* berpengaruh terhadap minat menggunakan (Sulistiyowati et al., 2020).

Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan adalah pendapatan. Beberapa penelitian sejenis menjelaskan bahwa pendapatan menjadi faktor dalam minat menggunakan (Richo & Milda, 2021). Faktor lainnya yang mempengaruhi minat dalam menggunakan pembayaran digital adalah *social influence*. Variabel *social influence* menunjukkan pengaruh yang positif minat menggunakan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amin (2011) (Rianto & Yoganingsih, 2020) yang menunjukkan pengaruh positif antara *social influence* dengan minat menabung. Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi dari beberapa penelitian sebelumnya, sehingga fokus penelitian ini adalah melihat faktor faktor yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi pembayaran digital.

Generasi Millennial Indonesia beberapa literature telah menjelaskan mengenai generasi millennial. Generasi millennial menurut (Leon, 2018) merupakan generasi yang kelahirannya di antara tahun 1980 – 2004. Hal ini sesuai dengan beberapa literature sebelumnya (Johnstone, 2001) (Center, 2011). Generasi millennial adalah mereka yang berkembang dengan informasi yang tersedia secara *online* (Leon, 2018) sehingga menjadikan generasi millennial berteman dengan seluruh penduduk di bumi dan melakukan seluruh aktivitas dengan lebih mudah. Dalam beberapa penelitian generasi millennial merupakan kelompok yang homogen dan memiliki ciri sebagai generasi yang nyaman dengan teknologi, *addict* dengan teknologi serta terhubung dengan beberapa jenis *device*. Generasi Millennial Indonesia merupakan generasi yang kini berjumlah terbanyak pada struktur kependudukan Indonesia. Menurut (Indonesia, 2017) jumlah generasi milenial akan bertambah lebih banyak dalam 10 tahun mendatang. Berdasarkan fakta ini generasi millennial Indonesia berpotensi sebagai pengguna terbanyak aplikasi pembayaran digital yang ada di Indonesia. Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital Menurut (Apriliana, 2020), minat adalah perilaku atau tindakan seseorang yang diungkapkan melalui reaksi nya, perilaku ini dapat berupa perilaku umum dan tidak umum, perilaku ini juga dapat diterima maupun tidak diterima. Minat juga dapat diartikan sebagai keadaan seseorang sebelum seseorang tersebut melakukan tindakan yang dapat dijadikan untuk memprediksi perilaku dari seseorang tersebut. Dapat disimpulkan bahwa minat seseorang dalam menggunakan merupakan rencana dari pengguna produk dengan merek tertentu. Minat adalah gairah kecenderungan hati seseorang

terhadap sesuatu. Minat menggunakan adalah bagaimana perilaku seseorang untuk menggunakan atau memakai suatu layanan atau produk tertentu dapat memilih pilihannya dalam berbagai kondisi yang dapat mengubah minat seseorang dalam menggunakan digital payment. *Financial Technology* atau biasa disebut dengan *fintech*. *Fintech* merupakan teknologi yang dimanfaatkan berupa layanan keuangan yang dapat memudahkan pengguna nya dalam bertransaksi, *fintech* ini memiliki sentuhan dalam teknologi modern. Mengacu pada inovasi baru dari industri jasa keuangan dalam bentuk aplikasi yang berbasis teknologi (Prastika, 2019). Menurut (Yarli, 2018) *fintech* adalah kombinasi antara jasa keuangan dengan teknologi yang bertujuan untuk memudahkan proses transaksi bagi para penggunanya. Namun meskipun *fintech* merupakan terobosan baru, *fintech* terus berinovasi sehingga terus berkembang. *Financial Knowledge* (pengetahuan keuangan) mempunyai tujuan untuk mencapai kesejahteraan. Pengetahuan keuangan merupakan bagaimana kesadaran kita dalam mengelola keuangan seperti melakukan investasi dan menabung (Fitriani & Widodo, 2020). *Financial knowledge* (Sulistiyowati et al., 2020) adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis dan mengelola keuangan untuk membuat suatu keputusan keuangan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan. Menurut (Herdjiono et al., 2016) *financial knowledge* adalah pengetahuan mengacu pada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangan pribadi, yang diukur dengan tingkat pengetahuan mereka tentang berbagai konsep keuangan pribadi.



### 2.1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pembayaran Digitalisasi

Menurut (Foster & Johansyah, 2022) beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi Pembayaran Digitalisasi adalah sebagai berikut :

#### 1. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor budaya dan sosial yang mempengaruhi perkembangan minat konsumen dalam penggunaan *e-money*.

#### 2. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor pribadi dan psikologis yang ada dalam diri konsumen itu sendiri yang terdiri dari motivasi, sikap, pembelajaran dan kepribadian yang memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan *e-money*.

### 2.1.1.3 Tujuan Dan Manfaat Pembayaran Digitalisasi

Menurut (Fatonah & Hendratmoko, 2020) ada beberapa manfaat atau kelebihan dari pengguna Pembayaran Digitalisasi dibanding dengan uang tunai maupun alat pembayaran non tunai lainnya, antara lain:

1. Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), yang disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian.
2. Waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi online, tanda tangan maupun PIN.

3. *Electronik value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer*.

## 2.1.2 Trend Masa Kini

### 2.1.2.1 Pengertian Trend

*Trend* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bentuk nominal yang berartikan ragam cara atau bentuk terbaru pada suatu waktu tertentu (pakaian, gaya rambut, corak hiasan, serta penggunaan jilbab dan lain sebagainya). Dalam bahasa Inggris *trend* merupakan kata yang sudah tidak asing ditelinga kita, selain mendengar mungkin di antara kita pernah atau bahkan sering mengucapkan kata *trend*. *Trend* adalah segala sesuatu yang saat ini sedang di bicarakan, diperhatikan, dikenakan atau dimanfaatkan oleh banyak masyarakat pada saat tertentu. Dalam hal ini, tanda-tanda suatu objek sedang menjadi *trend* adalah jika disaat tersebut menjadi pusat pembicaraan, pusat perhatian dan sering sekali digunakan. Dan *trend* ini terjadi pada saat tertentu saja, karena *trend* mempunyai masa atau umur dimasyarakat. Jadi secara garis besar *trend* adalah objek yang sedang menjadi pusat perhatian di masyarakat pada saat tertentu. Sebagai pemaparan maupun contoh yang dapat kita lihat arti dari sebuah *trend* itu adalah kebiasaan anak muda zaman dulu dan zaman sekarang sudah cukup berubah signifikan dari curhat yang sekarang di *online* sampai judi *online* di internet, kita bisa menyimpulkan bahwa dampak dari perubahan ini juga memiliki positif dan negatif, yaitu seperti halnya main *game* positifnya yaitu kita bisa menghilangkan jenuh dan kebosanan tapi juga disisi lain *game* bisa menjadi negatif jika kecanduan dan *top up game* dan mengesampingkan kebutuhan lainnya

yang lebih penting, selain itu juga memiliki efek kesehatan bagi tubuh jika kita terus main *game* tanpa melihat jam mata kita bisa capek dan bisa menimbulkan efek lainnya, begitu pun juga judi *online* yang sudah jelas bisa membuat kita kecanduan, memang awalnya kita dibuat menang dulu agar kita bisa deposit setelah kita deposit kita akan dimenangkan begitu pun sampai kita merasa kita menang banyak dan kita berani untuk mendeposit lebih lagi karna kita pikir kita bakal bisa menang lebih banyak menang tapi ternyata kebalikannya kita malah kalah lebih banyak dan merugi sebaliknya bandar meraup untung yang banyak.

#### 2.1.2.2 Pengertian Masa Kini

Masa kini atau sekarang adalah waktu yang dikaitkan dengan peristiwa yang dirasakan secara langsung untuk pertama kali, bukan sebagai ingatan (dirasakan lebih dari sekali) atau spekulasi (diprediksi, hipotesis, tidak pasti). Masa kini adalah periode waktu antara masa lalu dan masa depan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pengertian *trend* masa kini adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang.

#### 2.1.3 *Life style*

##### 2.1.3.1 Pengertian *Life style*

*Life style* menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. *Life style* merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatannya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya. *Life style* dibentuk

melalui interaksi sosial. *Life style* adalah cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan (Gunawan et al., 2020).

Dalam industri mode (*fashion*), beberapa dekade terakhir telah menunjukkan perubahan yang signifikan dan beragam dalam kebiasaan dan *life style* konsumen (Rachmawati et al., 2020). Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan salah satu ceruk pasar potensial yang menasar segmen psikografis konsumen. *Lifestyle* mengacu pada bagaimana seseorang hidup, atau cara khas seseorang hidup (Ashoer et al., 2019).

Gaya hidup adalah persamaan status kehormatan yang lebih dimaknai pada kegiatan konsumsi dengan pola yang sama seorang individu dapat menunjukkan status sosialnya saat berada didalam kelompok sosialnya (Andriyanty & Yunaz, 2020).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *Life style* merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatannya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya.

### 2.1.3.2 Aspek – Aspek *Life style*

Menurut (Pontania, 2016) menyatakan bahwa aspek – aspek *life style* yaitu:

#### 1) *Life style* Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan

kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi, bertanggung jawab maksudnya adalah melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk *life style* yang mandiri. Dengan *life style* mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memisahkan manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

#### 2) *Life style* Modern

Di zaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam bidang teknologi. Banyak orang yang berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dalam hal pemahaman teknologi.

#### 3) *Life style* Sehat

*Life style* sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan, dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif.

#### 4) *Life style* Hedonis

*Life style* hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.



### 5) *Life style* Hemat

Hidup hemat bukan proses mengurangi konsumsi, hidup hemat adalah mengurangi konsumsi saat ini guna dapat mengkonsumsi lebih banyak dimasa depan. Dengan mengkonsumsi lebih banyak dimasa depan maka kita tidak bisa dikatakan berhemat. Hidup sesuai kemampuan lebih tepat dari pada hidup hemat. Hidup sesuai dengan kemampuan lebih tepat dari pada hidup boros.

### 6) *Life style* Bebas

*Life style* merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenyakkannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Atau juga, *life style* adalah suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang. *Life style* juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dalam arti lain, *life style* dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalankannya.

#### 2.1.3.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Life style*

Menurut (Susanto, 2013) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *life style* seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal) :

- 1) Faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) meliputi:
  - a) Sikap. Sikap bisa dipahami sebagai cara seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal sesuai dengan keadaan jiwa dan pikirannya yang dipengaruhi oleh pengalaman dan mempengaruhi secara langsung

terhadap perilaku orang tersebut. Sikap bisa jadi dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

- b) Pengalaman dan pengamatan. Pengalaman seseorang dapat mempengaruhi cara seseorang dalam mengamati sesuatu sehingga akhirnya dapat membentuk pandangan pribadi mereka terhadap suatu hal, pengalaman ini didapatkan dari semua tindakannya di masa lalu. Pengalaman didapat dari belajar dan juga dapat disalurkan ke orang lain dengan cara mengajarkannya. Hal ini mempengaruhi *life style* seseorang, pengamatan atas pengalaman orang lain juga dapat mempengaruhi opini seseorang sehingga pada akhirnya membentuk *life style*.
- c) Kepribadian. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda satu sama lain. Kepribadian berubah dari waktu ke waktu, sehingga hal itu sangat penting untuk diamati karena mempengaruhi *buying behavior* dari seseorang konsumen.
- d) Konsep diri. Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri amat berhubungan dengan *image merk*, cara seseorang memandang dirinya sendiri akan menentukan minat seseorang terhadap suatu objek termasuk juga suatu produk.
- e) Motif. Perilaku individu terbentuk karena adanya motif kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan fisik, merasa aman, merasa dihargai dan lain sebagainya, pengelompokan kebutuhan manusia telah dibuat teori oleh beberapa orang, salah satunya kebutuhan.

- f) Persepsi. Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu pemahaman gambaran mengenai sesuatu.
- 2) Faktor yang berasal dari luar diri individu (eksternal) meliputi:
- a) Kelompok referensi. Kelompok referensi adalah kelompok orang-orang yang dianggap mampu dan memiliki pengetahuan untuk memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang, pengaruh yang diberikan bisa bersifat langsung dan tidak langsung, masukan dari kelompok referensi bisa mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk sehingga akhirnya membentuk *life stylenya*.
- b) Keluarga. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Oleh karena itu masukan dari keluarga berupa nasihat dan cerita mengenai pengalaman akan mempengaruhi *life style* seseorang, budaya salah satu anggota keluarga dapat menjadi kebiasaan bagi anggota keluarga lainnya yang mengamati setiap harinya, tidak heran jika ada saudara yang memiliki *life style* yang sama dengan kita.
- c) Kelas sosial. Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.
- d) Kebudayaan. Kebudayaan bisa meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang

membentuk *life style* seseorang dan akhirnya membuat pemasar mudah untuk mengidentifikasi apakah kelompok konsumen dengan kebudayaan tersebut cocok dengan produknya atau tidak.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah panduan bagi peneliti saat melakukan penelitian. Penelitian sebelumnya berguna diperiksa pada tertuju dalam jurnal ISSN. Penelitian sebelumnya adalah metode analisis dan temuan dari penelitian yang relevan dengan penelitian saat ini (Dewi, 2021). Tabel dibawah ini memberikan gambaran umum tentang penelitian sebelumnya, yang dijelaskan berikut ini.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti                         | Judul Penelitian   | Variable Penelitian   | Hasil Penelitian   |
|----|----------------------------------|--|---|--|
| 1  | Maria Trecia Dayan (2020)        | pengaruh persepsi konsumen, gaya hidup dan kepercayaan terhadap penggunaan aplikasi pembayaran digital   | Variable independen=pengaruh persepsi konsumen gaya hidup dan kepercayaan, variable dependen=penggunaan aplikasi pembayaran digital                         | Persepsi kosumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi pembayaran digital. |
| 2  | Ignasius Falentino Manalu (2022) | pengaruh <i>perceived security</i> dan <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>intention to use</i> dengan <i>trust</i> sebagai <i>intervening</i> pada penggunaan aplikasi pembayaran digital di jakarta | variable independen=pengaruh <i>perceived security</i> dan <i>perceived ease of use</i> variable dependen=penggunaan aplikasi pembayaran digital di Jakarta | <i>perceived security</i> (x1) diduga berpengaruh signifikan terhadap <i>trust</i> (y) diterima.   |
| 3  | Toni Sitinjak (2019)             | pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi  | variable independen=pengaruh persepsi kebermanfaatan dan  | hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka  |

|   |  |   |   |   |
|---|--|---|---|---|
|   |  | kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital <i>go-pay</i>   | persepsi kemudahan penggunaan variable dependen= minat penggunaan layanan pembayaran digital <i>go-pay</i>  | dapat disimpulkan sebagai berikut persepsi kebermanfaatannya memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran digital <i>go-pay</i> . |
| 4 | Mohammad Adit Musthofa, Rini Rahayu Kurniati, Ratna Nikin Hardati (2020) | pengaruh perilaku konsumen terhadap sistem pembayaran uang digital (studi pada pengguna ovo di kota malang)   | variable independen= pengaruh perilaku konsumen variable dependen= terhadap sistem pembayaran uang digital (studi pada pengguna ovo di kota malang)   | berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial menunjukkan bahwa variabel faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap sistem pembayaran uang digital.             |
| 5 | Septi Nur Faizani A (2021)   | analisis pengaruh <i>technology readiness</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>behavioral intention</i> dari <i>quick response indonesian standard (qris)</i> untuk pembayaran digital (studi kasus: pengguna aplikasi <i>e-wallet go-pay</i> , <i>dana</i> , <i>ovo</i> , dan <i>linkaja</i> di surabaya) | variable independen= pengaruh <i>technology readiness</i> terhadap <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> terhadap <i>behavioral intention</i> dari <i>quick response indonesian standard (qris)</i> pembayaran digital (studi kasus: pengguna aplikasi <i>e-wallet go-pay</i> , <i>dana</i> , <i>ovo</i> , dan <i>linkaja</i> di surabaya) | pengaruh yang diberikan optimism terhadap <i>perceived usefulness</i> dari <i>qris</i> melalui aplikasi <i>e-wallet</i> adalah positif dan signifikan                                 |

### 2.3 Hubungan Antar Variable

Dalam hal ini merujuk pada keterkaitan di mana satu variabel dapat menjadi penyebab atau akibat dari variabel lainnya. Berikut adalah penjelasan mengenai hubungan antar variabel.



### 2.3.1 Hubungan Trend Masa Kini Terhadap Pembayaran Digitalisasi

Hubungan *trend* masa kini dengan pembayaran digitalisasi dapat dilihat pada saat di era industri digital, teknologi berkembang pesat dan maju. Kehadiran perubahan teknologi dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan individu yang mempengaruhi aktivitas sehari-hari. Teknologi saat ini terutama didasarkan pada teknologi digital menggunakan akses internet. Internet merupakan *server* yang dapat terhubung dengan sistem komunikasi. Banyak dari kita yang sudah tahu, dan rata-rata menggunakan internet sebagai media komunikasi dan pencarian informasi. Pengguna *smartphone* dapat dengan mudah mengakses internet. Penggunaan telepon pintar di Internet meningkat setiap tahun. *Smartphone* saat ini sudah menjadi kebutuhan di masyarakat, dan kebanyakan orang menggunakannya untuk berbagai keperluan yang berhubungan dengan informasi dan komunikasi. Pertumbuhan tahunan menyebabkan munculnya berbagai inovasi, salah satunya terkait *financial technology (fintech)*.

### 2.3.2 Hubungan Life Style Terhadap Pembayaran Digitalisasi

*Life style* atau gaya hidup merupakan gambaran apa yang didapat dari penggunaan suatu media yang sedang berjalan mengikuti seiring berjalan waktu atau yang sering disebut dengan digitalisasi. Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau cara seseorang memenuhi kebutuhan hidupnya. Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial dan digunakan sebagai pendorong yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk, gaya hidup dikelompokkan menjadi beberapa bagian klasifikasi gaya hidup (Tarigan, 2016). Menurut Mowen dan

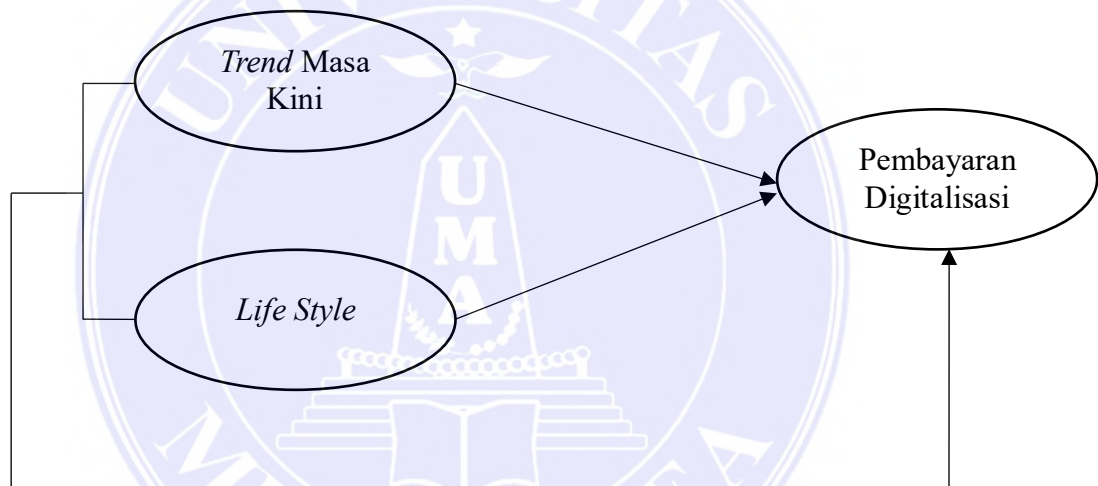
Minor, terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut (Sumarwan, 2011).

### 2.3.3 Hubungan Tren Masa Kini Dan Life Style Terhadap Pembayaran Digitalisasi

*Trend* masa kini dan *life style* memiliki kaitan terhadap pembayaran digitalisasi perkembangan internet pada masa sekarang yang menyebabkan banyak orang mulai beralih belanja secara online, media sosial sekarang juga menjadi yang utama dalam *trend* pergaulan anak muda zaman sekarang. Kebanyakan anak muda saat ini pasti memiliki media sosial dan pasti aktif dalam pengoperasiannya. Media sosial saat ini sangat berperan dalam kehidupan anak muda dikarenakan segala hal maupun *trend* terbaru serta perkembangan mode dan *life style* bisa didapatkan melalui media sosial seperti instagram dan tiktok. *Trend* perkembangan mode pakaian melalui majalah maupun televisi, sekarang telah berkembang melalui media sosial yang mana banyak *influencer* yang mengenalkan dan mengembangkan *trend* mode pakaian saat ini. *Influencer* saat ini berperan penting dalam menarik perhatian masyarakat khususnya anak muda, dikarenakan kebanyakan anak muda saat ini sangat mementingkan *trend* yang ada dan tidak ingin ketinggalan zaman karena tidak mengikuti *trend*. Seiring berjalannya *trend* tersebut dibarengi dengan *life style* tidak lepas dari keberadaan media pembayaran digitalisasi yang menjadi peran penting dalam pembayaran yang mempermudah pengguna dalam mengikuti perkembangan zaman.

## 2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual mengacu pada penjelasan konsep-konsep pada asumsi teoritis, akan digunakan pada menafsirkan unsur-unsur fenomena diteliti dan untuk memahami hubungan antar konsep-konsep tersebut (Tanjung & Mulyani, 2021). Hubungan antara variabel bebas yang dilambangkan dengan huruf X dengan variabel terikat yang dilambangkan dengan huruf Y, akan dijelaskan dibawah ini dalam kerangka konsep penelitian ini:



**Gambar 2.1 kerangka konseptual.**

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu respons interim terhadap perumusan. Hipotesis akan ditolak jika data menghentikan dukungannya, sementara akan diterima jika data mendukungnya. Secara sederhana, hipotesis adalah perkiraan sementara yang memerlukan pembuktian untuk kebenarannya. (Sugiyono, 2017). Hubungan antara variabel dalam hal ini memiliki hipotesis yaitu:

H1 : *trend* masa kini I berpengaruh positif serta signifikan terhadap pembayaran digitalisasi sering berjalan nya perkembangan zaman yang semakin modern.

H2 : *life style* berpengaruh positif terhadap pembayaran digitalisasi yang dibarengi dengan kebutuhan sekunder oleh si pengguna

H3 : *trend* masa kini dan *life style* akan berpengaruh positif dan negatif terhadap pembayaran digitalisasi tergantung pada penggunaan media tersebut



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Tempat dan Waktu Penelitian

##### 3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory*. Penelitian *explanatory* ini menguji suatu hipotesis antara variabel satu dengan variabel yang lain yang saling berpengaruh antara satu dengan yang lain. Penelitian *explanatory* adalah penelitian yang menjelaskan hubungan di antara dua variabel dimana satu variabel memberi pengaruh kepada variabel lainnya (Cooper & Schindler, 2013). Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah dengan menjelaskan pengaruh *trend* masa kini dan *life style* terhadap pembayaran digitalisasi seperti dana, *Ovo*, *gopay* dan *mbanking* pada siswa siswi SMK Swasta Rismaduma Sumbul. Alasan utama penulis memilih melakukan penelitian *explanatory* dikarenakan untuk menguji hipotesis yang akan dilakukan, dimana antara satu variabel dengan variabel yang lain dapat diuji pengaruhnya satu sama lain. Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif Sarwono (2006) menjelaskan bahwa jenis penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang bersifat sistematis terhadap bagian dan fenomena serta hubungan-hubungan yang bersangkutan.

##### 3.1.2. Jenis Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di sekolah SMK Swasta Rismaduma Sumbul, Jln Sm Raja No 139 Pegagan Julu VI Kecamatan Sumbul, Kabupaten Dairi,



Sumatera Utara 22262 dengan waktu penelitian yang dilaksanakan pada bulan Januari 2024 sampai Juni 2024.

**Tabel 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

| No | Jenis Kegiatan      | Januari |   |   |   | Februari |   |   |   | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   | Juni |   |   |   |
|----|---------------------|---------|---|---|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|
|    |                     | 1       | 2 | 3 | 4 | 1        | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Pengajuan Judul     | ■       |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 2  | Prariset Penelitian |         | ■ |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 3  | Penyusunan Proposal |         |   | ■ | ■ | ■        | ■ | ■ | ■ |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 4  | Bimbingan Proposal  |         |   |   |   |          |   |   |   | ■     | ■ | ■ | ■ |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 5  | Seminar Proposal    |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   | ■     |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 6  | Revisi Proposal     |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       | ■ | ■ | ■ |     |   |   |   |      |   |   |   |
| 7  | Penyusunan Skripsi  |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   | ■   | ■ | ■ | ■ |      |   |   |   |
| 8  | Bimbingan Skripsi   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   | ■    | ■ |   |   |
| 9  | Sidang Meja Hijau   |         |   |   |   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   | ■ |

## 3.2. Populasi Dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010), “Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari

dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan data yang didapatkan melalui survei ke siswa siswi SMK Swasta Rismaduma Sumbul yang menggunakan media digitilisasi sebagai alat pembayaran seperti *ovo*, *dana*, *gopay* yaitu hampir menyentuh angka 80% dari 969 populasi siswa di sekolah tersebut.

### 3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi”.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jumlah sampel yang akan diambil akan menggunakan rumus Slovin (Juliandi et al., 2018) seperti berikut ini:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  : ukuran sampel

$N$ : ukuran populasi

$e$  : presisi (10% = 0,1)

Dengan rumus tersebut maka dapat dicari sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{969}{1+969(0,1)^2}$$

$$n = \frac{969}{1+969(0,01)}$$

$$n = \frac{969}{1+9,69}$$

$$n = \frac{969}{10,69}$$

$$n = 99,64$$

$$n = 91 \text{ responden.}$$

### 3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.

#### 3.3.1 Variabel Penelitian.

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

1. Variabel Bebas (*trend* masa kini dan *life style*).
2. Variabel Terikat (pembayaran digitalisasi).

#### 3.3.2. Definisi Operasional.

Petunjuk dalam melaksanakan serta mengenai bagaimana cara mengukur setiap variabel merupakan definisi operasional. Definisi operasional juga sebagai informasi yang sangat membantu penelitian yang mungkin akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini definisi operasional dalam penelitian yang akan dilakukan.

**Table 3.2**  
**Defenisi Operasional**

| variable             | Defenisi   | indikator                        | skala   |
|----------------------|--|----------------------------------|---------|
| Trend masa kini (X1) | Trend masa kini adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut | -Perkembangan jaman<br>-Perilaku | LI KERT |

|                             |   |  |         |
|-----------------------------|---|--|---------|
|                             | bisa bertambah bisa berkurang.  |  |         |
| Life style (X2)             | Gaya Hidup atau <i>Life Style</i> Gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau cara seseorang memenuhi kebutuhan hidupnya. Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial dan digunakan sebagai pendorong yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk, gaya hidup dikelompokkan menjadi beberapa bagian klasifikasi gaya hidup (Tarigan, 2016). | - Pola gaya hidup<br>- Penampilan<br>- Ekspresi  | LI KERT |
| Pembayaran Digitalisasi (Y) | Pembayaran digitalisasi adalah layanan pada jasa keuangan agar semakin mudah dalam berjalannya Perkembangan <i>fintech</i> saat ini sudah banyak menampilkan inovasi aplikasi dalam layanan jasa keuangan, seperti alat pembayaran, alat pinjaman dan lain-lain (Sugiarti et al., 2019)   | -Pegguna <i>ovo</i><br>-Pegguna <i>dana</i><br>-Pegguna <i>gopay</i><br>-Pegguna <i>mbanking</i> | LI KERT |

### 3.4 Data

#### 3.4.1 Sumber Data

Untuk melengkapi keperluan sebuah penelitian, maka diperlukan sebuah data yang lengkap dan akurat. Pada penelitian ini ada dua jenis data yang digunakan, yaitu data primer dan data sekunder.

##### 1. Data Primer

Data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal (Kuncoro, 2013). Data primer diperoleh dengan menyebarkan 63 kuisisioner yang telah dibagikan kepada masyarakat lingkungan sekolah SMK Swasta Rismaduma Sumbul.

##### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi

sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah cara yang dilakukan seorang peneliti untuk memperoleh data melalui berbagai sumber. Hal tersebut dapat dilakukan melalui cara:

1. Pengamatan (*Observation*) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung .
2. Wawancara (*Interview*) wawancara dilakukan secara langsung, berbentuk tanya jawab kepada narasumber.

Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Di mana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

**Table 3.3**  
**Nilai skor angket**

| Pernyataan                | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| Setuju (S)                | 4    |
| Kurang Setuju (KS)        | 3    |
| Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |



### 3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas.

#### 3.5.1. Uji Validitas.

Ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesalahan instrument merupakan uji validitas. Suatu validitas yang dikatakan tinggi yaitu memiliki intrumen yang valid. Untuk melihat ketepatan dan kecermatan intrumen dalam melakukan fungsinya sebagai alat ukur makanya dilakukan uji validitas. Pengujian validitas dengan bantuan program spss 21, dianggap valid nya suatu penelitian yaitu apabila nilai korelasinya bernilai positif serta nilai probabilitasnya [*sig/(2-tailed)*] lebih kecil dari nilai signifikan 0,05.

#### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran instrument ini untuk melihat sejauh mana hasil dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Uji reliabilitas juga menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama ini terdapat pada penelitian (teti dan Muryanto, 2019:127). Digunakan nya metode *cronbach'alpha* yang diukur berdasarkan skala *alpa cronbach* 0 sampai 1. Skala ini dikelompokkan ke dalam 5 kelas yang sama, ini ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *alpha cronbach* 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable.
- b. Nilai *alpha cronbach* 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable.
- c. Nilai *alpha cronbach* 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable.
- d. Nilai *alpha cronbach* 0,61 s.d 0,80, berarti reliable.
- e. Nilai *alpha cronbach* 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable.

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti apakah masing-masing variabel bebas *Celebrity Endorsement*, Promosi dan Harga tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian, baik secara parsial maupun secara simultan. Berikut ini adalah teknik analisa data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

#### 3.6.1 Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Juliandi et al., n.d.) Secara umum persamaan regresi berganda sendiri adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan : Y = Pembayaran Digitalisasi

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = *Trend Masa Kini*

$X_2$  = *Life Style*

$\epsilon$  = Standart Error

Sebelum melakukan analisis regresi berganda terlebih dahulu melakukan uji lolos kendala linier atau uji asumsi klasik.

### 3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik regresi berganda memiliki tujuan untuk melihat apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan model yang terbaik. Jika model merupakan model yang terbaik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis (Juliandi et al., n.d.) Adapun syarat-syarat yang dilakukan untuk uji asumsi klasik meliputi :

#### 3.6.2.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Menurut (Juliandi et al., n.d.) uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan :

- 1) Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
- 2) Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu:
  - a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik historisnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
  - b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

- 3) Uji kolmogorov smirnov Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya.
- a) Jika angka signifikansi  $> 0,05$  maka data mempunyai distribusi yang normal.
- b) Jika angka signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak mempunyai distribusi yang normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dan variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari uji multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. di dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadinya multikolinieritas pada data yang akan diolah.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Juliandi et al., n.d.) “Heterokedastitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain”. Jika variasi residual dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk satu pola tertentu teratur, maka terjadi heterokedastitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik poin-poin menyebar dibawah dan

diatas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterkedastisitas (Juliandi et al., n.d.).

### 3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah analisis data yang paling penting Karen berperan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dan membuktikan hipotesis penelitian (Juliandi et al., n.d.)

#### 3.6.3.1 Uji - t

Uji-t bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Iskandar & Hafni, 2015). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Significance Level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Uji-t dipergunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Untuk menguji signifikan hubungan digunakan rumus uji statistik t sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber (Juliandi & Irfan, 2013)

Keterangan : t = nilai hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya korelasi

Tahap – tahap :

1) Bentuk pengujian

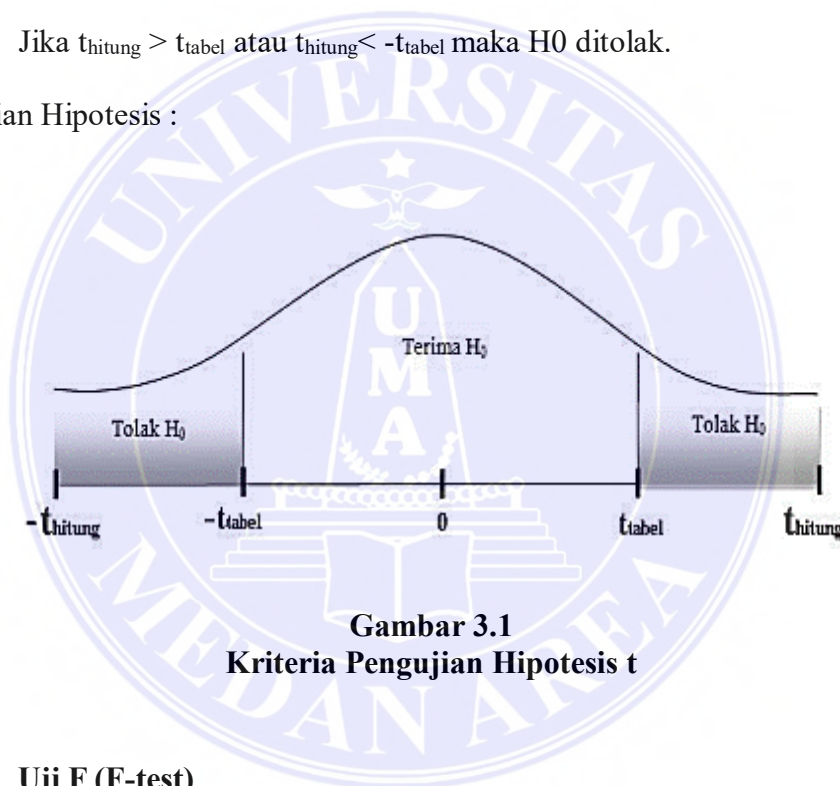


- a)  $H_0 : r_s = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel (Y).
- b)  $H_0 : r_s \neq 0$ , artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2) Kriteria pengambilan keputusan

- a) jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ ,  $df = n-2$  maka  $H_0$  diterima.
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

Pengujian Hipotesis :



**Gambar 3.1**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis t**

**3.6.3.2. Uji F (F-test)**

Uji F disebut juga sebagai Uji ANOVA yaitu kegunaan uji F hampir sama dengan uji t. Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data (Sugiyono, 2012).

Sebuah program aplikasi SPSS, dimana jika struktur modal ( $p$ -value)  $< 0,005$ , maka secara simultan keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama pada tingkat signifikan 5%.

Pengujian Uji F (F-test) sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

(Sugiyono, 2012).

Keterangan :  $F_h$  = Nilai F hitung

R = Koefisien koreksi ganda

K = Jumlah variable independent

N = Jumlah sampel

Tahap – tahap :

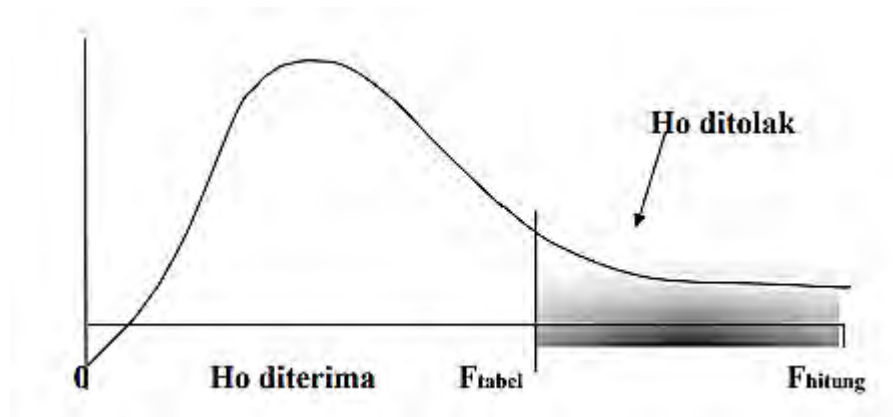
1) Bentuk pengujian

- a)  $H_0 : \beta = 0$ , artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- b)  $H_0 : \beta \neq 0$ , artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Pengambilan keputusan

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $-F_{hitung} < -F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.
- b) Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau  $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

Pengujian hipotesis :



**Gambar3.2 Pengujian Hipotesis F**

#### 3.6.4. Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel dependen dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya koefisien determinasi ini dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

Rumus Uji Koefisien Determinasi :

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2012).

Keterangan : D = Determinasi

R = Nilai korelasi

100% = persentase kontribusi

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Trend Masa Kini Terhadap Pembayaran Digitalisasi*.
2. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Life Style Terhadap Pembayaran Digitalisasi*
3. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara *Trend Masa Kini Dan Life Style Terhadap Pembayaran Digitalisasi*

#### 5.2 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian yang sama dapat mengembangkan penelitian tujuan yang ingin diteliti dan lebih memfokuskan terhadap apa yang diteliti.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan kepada Pembayaran Online.

#### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu :

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan pemikiran, anggapan dan

pemahaman pada setiap responden, juga faktor lain seperti kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

2. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 91 responden.





## DAFTAR PUTAKA

- Dayan, M. T. (2020). Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital. *Jurnal Transaksi*, 12(1), 40–50.
- Faizani, S. N., & Indriyanti, A. D. (2021). Analisis Pengaruh Technology Readiness terhadap Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Behavioral Intention dari Quick Response Indonesian Standard (QRIS) untuk Pembayaran Digital (Studi .... *Journal of Emerging Information ...*, 02(02), 85–93.
- Ferliana, D. W., Dwi, A. V., & Laksamana, B. W. (2022). Kebiasaan Anak Muda di Zaman Digital. *Universitas Negeri Surabaya 2022 |*, 412, 412–420.
- Gunawan, A. A. L., & Winarti, A. (2022). Pengaruh Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Dimasa Kini. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 352–356.
- Manalu, I. F., Saidani, B., & Aditya, S. (2022). Pengaruh Perceived Security dan Perceived Ease of Use terhadap Intention to Use Dengan Trust sebagai Intervening pada Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(1), 186–197.
- Manurung, R. A., & Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 130–141.
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Kunci:, K., Budaya, F., Sosial, F., Pribadi, F., Psikologi, F., Sistem, D., & Uang, P. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 175–184.
- Rianto, M. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Pendapatan dan Social influence terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital pada Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1858–1865.
- [aas.ac.id/index.php/jiedo: http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620](http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3620)
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran

Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.

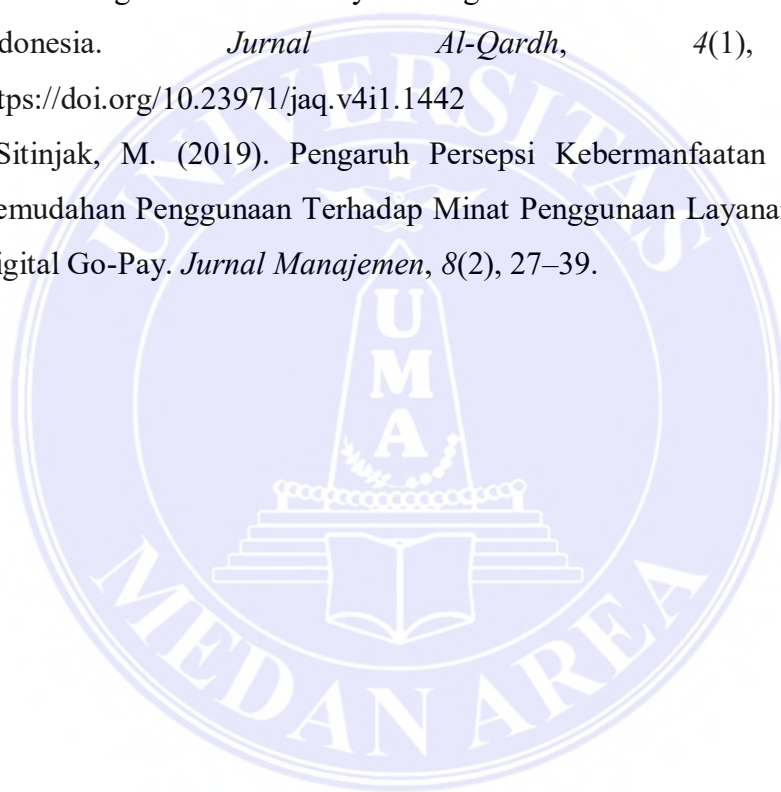
Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130.

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646>

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75.

<https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>

Tony Sijinjak, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.





**KUISIONER PENELITIAN****PENGARUH TREND MASA KINI DAN *LIFE STYLE*  
TERHADAPPEMBAYARAN DIGITALISASI PADA  
SISWA SMK SWASTA RISMADUMA SUMBUL  
KABUPATEN DAIRI SUMATRA UTARA**

---

**Kepada Yth Siswa/Siswi**

**Siswa Smk Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi  
Sumatra UtaraDi Tempat**

Dengan Hormat

Izinkan perkenalkan nama saya Midos Ueen Matanari Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. Bersama ini saya memohon kesediannya untuk mengisi daftar kuisisioner yang diberikan. Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.

Dengan ini saya memohon untuk kesediaan Siswa/Siswi dalam membantu saya mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini bertujuan untuk kepentingan ilmiah, oleh karena itu jawaban atau pendapat yang Siswa/Siswi berikan sangat bermanfaat bagi pengembang ilmu. Saya menyadari permohonan ini sedikit mengganggu kegiatan Bapak/Ibu dalam kuisisioner ini tidak ada hubungannya dengan status atau kedudukan dalam instansi, maka jawaban yang benar adalah jawaban yang menggambarkan keadaan Siswa/Siswi. Saya mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Siswa/Siswi untuk mengisi kuisisioner ini dalam waktu singkat.

Hormat Saya

Midos Ueen Matanari

## Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Beri tanda centang ( $\checkmark$ ) pada salah satu kolom yang anda pilih dari setiap pernyataan yang tersedia.

## Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju





| <b>Pembayaran Digitalisasi (Y)</b> |   |           |          |           |           |            |
|------------------------------------|---|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| <b>No</b>                          | <b>Pertanyaan</b>   | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>KS</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>Pengguna Ovo</b>                |   |           |          |           |           |            |
| 1.                                 | Saya akan mengajak orang lain untuk menggunakan Ovo.  |           |          |           |           |            |
| 2.                                 | Saya akan selalu berusaha menggunakan Ovo setiap transaksi  |           |          |           |           |            |
| 3.                                 | Dengan menggunakan Ovo, saya dapat melakukan transaksi lebih praktis  |           |          |           |           |            |
| <b>Pengguna Dana</b>               |   |           |          |           |           |            |
| 4.                                 | Dana dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas saya dalam pembayaran transaksi                                 |           |          |           |           |            |
| 5.                                 | Saya merasa biaya pembayaran menggunakan Dana lebih murah dari pada menggunakan uang tunai                        |           |          |           |           |            |
| 6.                                 | Secara keseluruhan, saya merasa Dana bermanfaat dalam pembayaran transaksi  |           |          |           |           |            |
| <b>Pengguna Gopay</b>              |   |           |          |           |           |            |
| 7.                                 | Saya merasa Gopay mempermudah pekerjaan saya karena saya tidak perlu membawa uang tunai saat melakukan pembayaran |           |          |           |           |            |
| 8.                                 | Saya merasa mudah melakukan top-up Gopay via Bank/ATM, Mbanking dan lainnya                                       |           |          |           |           |            |
| 9.                                 | Saya percaya menggunakan Gopay kerahasiaan data pribadi saya aman tidak disalahgunakan                            |           |          |           |           |            |
| <b>Pengguna Mbangking</b>          |   |           |          |           |           |            |
| 10.                                | Saya merasa membutuhkan koneksi internet yang stabil ketika menggunakan Mbangking                                 |           |          |           |           |            |
| 11.                                | Saya merasa penggunaan Mbangking cukup terkenal di kalangan masyarakat.   |           |          |           |           |            |
| 12.                                | Saya merasa tidak pernah mengalami pengurangan saldo Mbangking tanpa sebab pada                                   |           |          |           |           |            |

| <b>Trend Masa Kini (X1)</b> |  |           |          |           |           |            |
|-----------------------------|--|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| <b>No</b>                   | <b>Pertanyaan</b>  | <b>SS</b> | <b>S</b> | <b>KS</b> | <b>TS</b> | <b>STS</b> |
| <b>Perkembangan Zaman</b>   |  |           |          |           |           |            |
| 1.                          | Saya merasa dilingkungan saya sudah menggunakan pembayaran online.             |           |          |           |           |            |
| 2.                          | Saya merasa percaya diri menggunakan pembayaran online.                        |           |          |           |           |            |
| 3.                          | Saya merasa pembayaran online sangat membantu saya dalam melakukan hal apapun. |           |          |           |           |            |
| <b>Perilaku</b>             |  |           |          |           |           |            |
| 4.                          | Pembayaran online sudah digunakan di toko mana saja.                           |           |          |           |           |            |
| 5.                          | Pembayaran online sangat membantu kepraktisan saya membayar.                   |           |          |           |           |            |
| 6.                          | Pembayaran online sangat membantu kepraktisan penjual.                         |           |          |           |           |            |

| <i>Life Style (X2)</i> |   |    |   |    |    |     |
|------------------------|---|----|---|----|----|-----|
| No                     | Pertanyaan  | SS | S | KS | TS | STS |
| <b>Pola Gaya Hidup</b> |   |    |   |    |    |     |
| 1.                     | Saya menggunakan pembayaran online untuk menunjang pekerjaan saya             |    |   |    |    |     |
| 2.                     | Saya menggunakan pembayaran online untuk kepraktisan.                         |    |   |    |    |     |
| 3.                     | Lingkungan saya sering merekomendasikan pembayaran online                     |    |   |    |    |     |
| <b>Penampilan</b>      |   |    |   |    |    |     |
| 4.                     | Pembayaran online menggunakan fitur yang menarik                              |    |   |    |    |     |
| 5.                     | Pembayaran online tersedia berbagai jenis dengan sama manfaatnya.             |    |   |    |    |     |
| 6.                     | Pembayaran online memiliki admin berbeda setiap jenisnya.                     |    |   |    |    |     |
| <b>Expresi</b>         |   |    |   |    |    |     |
| 7..                    | Pembayaran online membuat saya lebih tenang dalam pembayaran.                 |    |   |    |    |     |
| 8.                     | Pembayaran online membuat saya lebih nyaman.                                  |    |   |    |    |     |
| 9.                     | Pembayaran online membantu saya untuk tidak membawa uang tunai yang berlebih. |    |   |    |    |     |

## A. Hasil Uji Validitas

**Tabel**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Trend* Masa Kini (X1)**

| Item-Total Statistics |              |                  |            |
|-----------------------|--------------|------------------|------------|
| Item Pernyataan       | Sig < 0,05   | Rhitung > Rtabel | Keterangan |
| X1.1                  | 0,001 < 0,05 | 0.750>0.195      | Valid      |
| X1.2                  | 0,001 < 0,05 | 0.694>0.195      | Valid      |
| X1.3                  | 0,001 < 0,05 | 0.549>0.195      | Valid      |
| X1.4                  | 0,001 < 0,05 | 0.708>0.195      | Valid      |
| X1.5                  | 0,001 < 0,05 | 0.816>0.195      | Valid      |
| X1.6                  | 0,001 < 0,05 | 0.790>0.195      | Valid      |

**Tabel**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Life Style* (X2)**

| Item-Total Statistics |              |                  |            |
|-----------------------|--------------|------------------|------------|
| Item Pernyataan       | Sig < 0,05   | Rhitung > Rtabel | Keterangan |
| X2.1                  | 0,001 < 0,05 | 0.668>0.195      | Valid      |
| X2.2                  | 0,001 < 0,05 | 0.783>0.195      | Valid      |
| X2.3                  | 0,001 < 0,05 | 0.688>0.195      | Valid      |
| X2.4                  | 0,001 < 0,05 | 0.792>0.195      | Valid      |
| X2.5                  | 0,001 < 0,05 | 0.679>0.195      | Valid      |
| X2.6                  | 0,001 < 0,05 | 0.717>0.195      | Valid      |
| X2.7                  | 0,001 < 0,05 | 0.561>0.195      | Valid      |
| X2.8                  | 0,001 < 0,05 | 0.801>0.195      | Valid      |
| X2.9                  | 0,001 < 0,05 | 0.668>0.195      | Valid      |

**Tabel**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Pembayaran Digitalisasi (Y)**

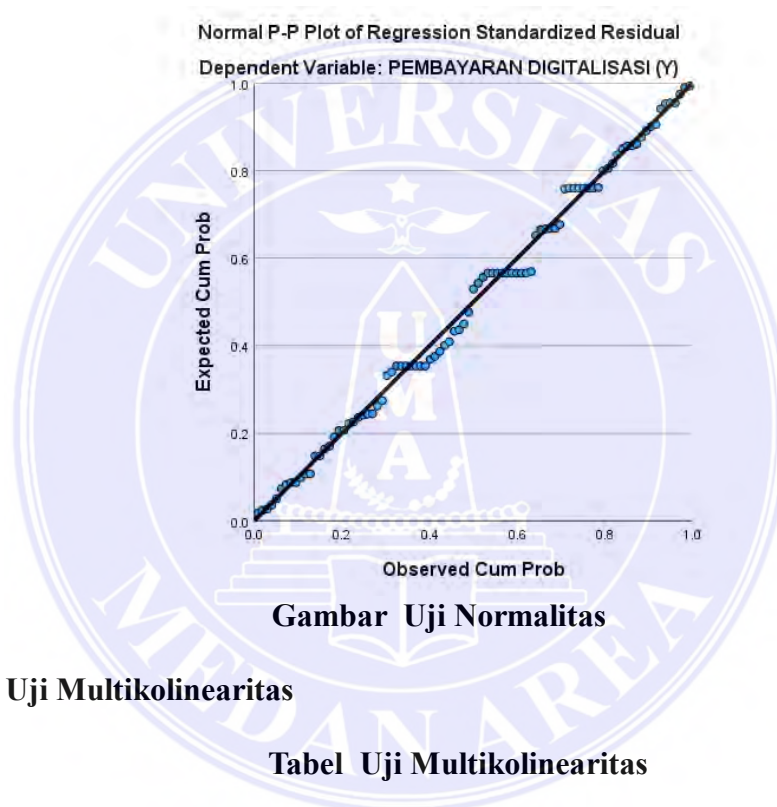
| Item-Total Statistics |              |                  |            |
|-----------------------|--------------|------------------|------------|
| Item Pernyataan       | Sig < 0,05   | Rhitung > Rtabel | Keterangan |
| Y.1                   | 0,001 < 0,05 | 0.718>0.195      | Valid      |
| Y.2                   | 0,001 < 0,05 | 0.683>0.195      | Valid      |
| Y.3                   | 0,001 < 0,05 | 0.431>0.195      | Valid      |
| Y.4                   | 0,001 < 0,05 | 0.663>0.195      | Valid      |
| Y.5                   | 0,001 < 0,05 | 0.713>0.195      | Valid      |
| Y.6                   | 0,001 < 0,05 | 0.756>0.195      | Valid      |
| Y.7                   | 0,001 < 0,05 | 0.629>0.195      | Valid      |
| Y.8                   | 0,001 < 0,05 | 0.681>0.195      | Valid      |
| Y.9                   | 0,001 < 0,05 | 0.581>0.195      | Valid      |
| Y.10                  | 0,001 < 0,05 | 0.632>0.195      | Valid      |
| Y.11                  | 0,001 < 0,05 | 0.756>0.195      | Valid      |
| Y.12                  | 0,001 < 0,05 | 0.647>0.195      | Valid      |

**b. Uji Reliabilitas**

**Tabel Uji Realibilitas**

| Variabel                    | Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|-----------------------------|------------------|------------|------------|
| Pembayaran Digitalisasi (Y) | 0.805 > 0.06     | 6          | Reliable   |
| Trend Masa Kini (X1)        | 0.874 > 0.06     | 9          | Reliable   |
| Life Style (X2)             | 0.875 > 0.06     | 12         | Reliable   |

**c. Uji Normalitas**



**Gambar Uji Normalitas**

**d. Uji Multikolinearitas**

**Tabel Uji Multikolinearitas**

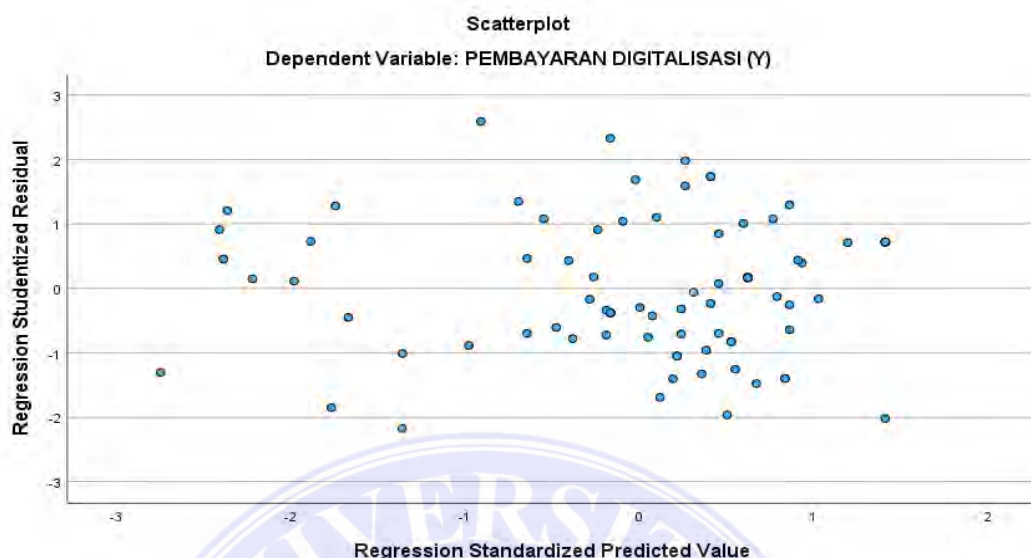
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|-------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
|       |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)           | 12.252                      | 2.248      |                           | 5.450  | <.001 |                         |       |
|       | TREND MASA KINI (X1) | .327                        | .083       | .261                      | 3.942  | <.001 | .627                    | 1.595 |
|       | LIFE STYLE (X2)      | .760                        | .073       | .686                      | 10.355 | <.001 | .627                    | 1.595 |

a. Dependent Variable: PEMBAYARAN DIGITALISASI (Y)



**e. Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar Uji Heteroskedastisitas**

**f. Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel Uji Regresi Linear Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                      |                             |            |                           |        |       |                         |       |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
| Model                     |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|                           |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)           | 12.252                      | 2.248      |                           | 5.450  | <.001 |                         |       |
|                           | TREND MASA KINI (X1) | .327                        | .083       | .261                      | 3.942  | <.001 | .627                    | 1.595 |
|                           | LIFE STYLE (X2)      | .760                        | .073       | .686                      | 10.355 | <.001 | .627                    | 1.595 |

a. Dependent Variable: PEMBAYARAN DIGITALISASI (Y)

**g. Uji t (Parsial)**

**Tabel Uji t (Parsial)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                      |                             |            |                           |        |       |                         |       |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|-------------------------|-------|
| Model                     |                      | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig.  | Collinearity Statistics |       |
|                           |                      | B                           | Std. Error | Beta                      |        |       | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)           | 12.252                      | 2.248      |                           | 5.450  | <.001 |                         |       |
|                           | TREND MASA KINI (X1) | .327                        | .083       | .261                      | 3.942  | <.001 | .627                    | 1.595 |
|                           | LIFE STYLE (X2)      | .760                        | .073       | .686                      | 10.355 | <.001 | .627                    | 1.595 |

a. Dependent Variable: PEMBAYARAN DIGITALISASI (Y)

## h. Uji F

Tabel 4.13 Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.               |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|--------------------|
| 1     | Regression | 1867.192       | 2  | 933.596     | 137.629 | <.001 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 596.940        | 88 | 6.783       |         |                    |
|       | Total      | 2464.132       | 90 |             |         |                    |

a. Dependent Variable: PEMBAYARAN DIGITALISASI (Y)

b. Predictors: (Constant), LIFE STYLE (X2), TREND MASA KINI (X1)

## i. Uji Koefisien Determinasi

Tabel Uji Koefisien Determinasi


**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .870 <sup>a</sup> | .758     | .752              | 2.604                      | 1.830         |

a. Predictors: (Constant), LIFE STYLE (X2), TREND MASA KINI (X1)

b. Dependent Variable: PEMBAYARAN DIGITALISASI (Y)

## j. Surat Izin Penelitian

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus I : Jl. Kilan No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366870, 7366160, 7366340, 7366791. Fax (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Seraya No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994. Fax (061) 8226131  
Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas ekonomid@uma.ac.id

29 Februari 2024

Nomor : 165/FEB/01.1/II/2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**Kepala Sekolah SMK Swasta Rismaduma Sumbul  
Kabupaten Dairi Sumatera Utara**

Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudara , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

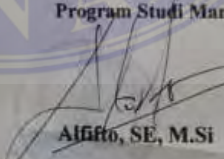
**Nama** : MIDOS UEEN MATANARI  
**NPM** : 208320123  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul** : Pengaruh Trend Masa Kini Dan *Life Style* Terhadap Pembayaran Digitalisasi Pada Siswa SMK Swasta Rismaduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatera Utara

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**A.n Kaprodi**  
Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi  
Program Studi Manajemen

  
A.n Kaprodi, SE, M.Si

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

2024.04.17 13:18



## k. Surat Balasan Izin Penelitian


**YAYASAN PENDIDIKAN RIS MADUMA**  
**SERIKAH MENINGKAN KEJURUAN**  
**SMK SWASTA RIS MADUMA SUMBUL**  
 NPSN 10210403 NIS 3443700028004  
Jl. Hutanmanggala No. 100, Kecamatan Hutanmanggala, Kabupaten Sumbul, Sumatera Utara 55111  
 Telp. (061) 7511111 Fax. (061) 7511111 Email: yprmsmk@yprmsmk.com

---

**BRAND MARKER** : "Yayasan Pendidikan Ris Maduma" "Yayasan Pendidikan Ris Maduma" "Yayasan Pendidikan Ris Maduma"  
**PERUSAHAAN POKOK** : "Yayasan Pendidikan Ris Maduma" "Yayasan Pendidikan Ris Maduma" "Yayasan Pendidikan Ris Maduma"  
**KOMITMEN KEMAJUAN** : "Membantu dan meningkatkan mutu pendidikan" "Membantu dan meningkatkan mutu pendidikan" "Membantu dan meningkatkan mutu pendidikan"

Nomor : 421.3/073/SMK/YPRM/IV/2024  
 Lamp :  
 Perihal : Izin Research/Survey

Sumbul, 17 April 2024

Kepada Yth,  
 Kaprodi Universitas Medan Area  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 di  
 Medan

Dengan Hormat,

- Sesuai Surat Universitas Medan Area nomor : 165/FEB/01.1/II/2024 tanggal 29 Februari 2024 tentang Izin Research/Survey.
- Dengan ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang namanya tersebut di bawah ini diberi izin melaksanakan Survey untuk data SMK Swasta Ris Maduma Sumbul yang berhubungan pada penyusunan Skripsi sebagai syarat menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi.
 

Nama : MIDOS UEEN MATANARI  
 NPM : 208320123  
 Program Studi : Manajemen  
 Judul Penelitian : "Pengaruh Trend Masa Kini Dan *Life Style* Terhadap Pembayaran Digitalisasi Pada Siswa SMK Swasta Ris Maduma Sumbul Kabupaten Dairi Sumatera Utara"  
 Masa Research/Survey : 16-17 April 2024
- Demikian Surat ini kami perbuat atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala  
 SMK  
 SWASTA  
 RIS MADUMA  
 TANJUNG BERDAH  
 NPSN 10210403  
 Dns. Gusman Sitindaon

2024.08.07 1