

# Aplikasi Gopay dan Gaya Hidup Milenial Kota Bandung

Riezkiadi Rawandho<sup>1</sup>, Roro Retno Wulan<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University

\*Corresponding author

## ABSTRAK

Perkembangan dunia digital saat ini turut mengubah gaya hidup manusia. Kehadiran uang digital pun mulai marak digunakan dalam kehidupan. Kondisi nyaman tersebut menyebabkan banyak orang mulai beralih dalam penggunaan uangnya. Saat ini mulai bermunculan perusahaan yang memanfaatkan peluang penggunaan uang digital tersebut. Terutama di bidang layanan. Layanan dengan uang digital memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam transaksi online. Salah satunya adalah GoPay. Perusahaan tersebut masuk ke dalam jenis *financial technology* (*fintech*). Berdasarkan data yang terhitung dari *quarter* 2, 2019 hingga *quarter* 2, 2020 GoPay menjadi produk *fintech E-Wallet* yang paling unggul dibandingkan dengan produk saingan. Hasil penelitian berdasarkan hasil analisis data mean menunjukkan total mean sebesar 3.76 dengan target capai responden (TCR) sebesar 75.7% dan menerima  $H_a$ . Sedangkan berdasarkan hasil analisis Independent Sample T-test dapat dilihat bahwa laki-laki memiliki total mean sebesar 3.76 dengan target capai responden (TCR) sebanyak 76.3% dan total mean sebesar 3.82 dengan target capai responden (TCR) sebanyak 76.5% untuk perempuan yang menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan GoPay dalam gaya hidup perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki, dan menerima  $H_a$ . Hal ini berarti bahwa pengaruh penggunaan GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung dengan didasari oleh Theory of Planned Behavior >70%.

**Kata Kunci:** Fintech, GoPay, Gaya Hidup, Bandung

## *Gopay Application and Millennial Lifestyle in Bandung City*

### ABSTRACT

*The development of the digital world today has also changed human lifestyles. The presence of digital money is starting to be widely used in life. This convenience causes many people to start switching in the use of their money. Currently, companies are starting to emerge that take advantage of the opportunity to use digital money. Especially in the service sector. Services with digital money provide convenience for users in online transactions. One of them is Gopay. The company is included in the type of financial technology (fintech). Based on data calculated from quarter 2, 2019 to quarter 2, 2020, GoPay is the most superior fintech E-Wallet product compared to competing products. The results of the study based on the results of the analysis of the mean data showed that the total mean was 3.76 with the respondent's achievement target (TCR) of 75.7% and received  $H_a$ . Meanwhile, based on the results of the Independent Sample T-test analysis, for man, it has total mean of 3.76 with a respondent achievement target (TCR) of 76.3% and a total mean of 3.82 with a respondent achievement target (TCR) of 76.5% for women which indicates that the effect of using GoPay in the lifestyle of women is greater than that of men, and accepts  $H_a$ . This means that the influence of using GoPay in the lifestyle of the millennial community in Bandung is based on the Theory of Planned Behavior >70%.*

**Keywords:** Fintech, GoPay, Lifestyle, Bandung

---

Korespondensi: Roro Retno Wulan. Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Telkom University. Email: rorowoelan@telkomuniversity.ac.id

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah hal yang sangat dibutuhkan di dalam kehidupan karena seiring berjalannya waktu, manusia berusaha membuat hidupnya menjadi lebih mudah. Tidak dapat di pungkiri bahwa kemajuan teknologi akan selalu berkembang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan (Ngafifi, 2014). Inovasi-inovasi yang diciptakan tentunya harus membawa hal-hal positif bagi kehidupan masyarakat dan tentunya teknologi juga membawa cara-cara baru dan inovatif untuk mempermudah segala aktivitas manusia. Oleh karenanya berkat adanya inovasi teknologi terjadi perubahan gaya hidup dalam kehidupan bermasyarakat. Perubahan teknologi memberikan dampak terhadap perubahan nilai budaya dan gaya hidup, contohnya kemunculan televisi dan media massa lainnya, di mana mengakibatkan informasi dapat di akses dengan mudah oleh masyarakat baik di perkotaan maupun di desa (Wahyudi dan Sukmasari, 2014).

Pada saat ini mulai bermunculan perusahaan startup yang memanfaatkan peluang yang membentuk inovasi yang memberikan kemudahan bagi penggunaanya (Suryono, 2019). Salah satu bentuk *startup*

adalah *financial technology* yang memberikan perkembangan terhadap perekonomian yang lebih modern, efektif, dan efisien (Paath dan Manurung, 2019). Berdasarkan definisi *financial technology* dari Ansori (Nurrohyani dan Sihaloho, 2020) adalah sebuah bentuk layanan yang memanfaatkan teknologi dalam ranah keuangan. Dengan adanya inovasi fintech maka perkembangan dalam dunia perbankan menjadi lebih cepat. Kemudahan tersebut memberikan manfaat lainnya seperti lebih aman, praktis, dapat di pantau dengan mudah, dan mengikuti perkembangan zaman (Paath dan Manurung, 2019).

Dalam Maulida (2019) dalam *National Digital Research Center* menjelaskan *fintech* sebagai suatu upaya yang biasa digunakan untuk berinovasi di sektor keuangan atau jasa keuangan. Inovasi ini merupakan inovasi keuangan yang dilengkapi teknologi. Dalam tulisan lain *fintech* disebutkan sebagai perusahaan di sektor jasa keuangan yang ditambah dengan teknologi, atau dipahami juga sebagai bagian dari startup yang memberikan kontribusi maksimal dengan menggunakan teknologi, mulai dari proses pembayaran, melakukan pengiriman dana, melakukan pinjaman, melakukan pengumpulan dana,

dan juga pengelolaan asset. Kesemuanya bisa dilakukan dengan sangat cepat dan tidak memakan waktu lama. Kecanggihan teknologi ini juga dilengkapi keamanan dan dengan adanya teknologi yang membantu aspek pelayanan di bidang keuangan tersebut tidak heran jika *fintech* menjadi kebutuhan yang dapat memberikan perubahan pola dan gaya hidup masyarakat masa kini.

GoPay merupakan aplikasi untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek (Cermati, 2020). Aplikasi GoPay menduduki posisi pertama sebagai *E-Wallet* terbesar di Indonesia berdasarkan penggunaan aktif bulanan terhitung dari *quarter 2*, 2019 hingga *quarter 2*, 2020.

Berdasarkan data menurut *Alvara Research Center*, mengeluarkan hasil survei yang membuktikan GoPay menjadi *E-Wallet* yang paling banyak digunakan oleh generasi millennial di Indonesia. Survei ini dilakukan di kota-kota besar menggunakan metode wawancara tatap muka dengan *cluster random sampling*. Menurut Safitri dan Saipiatuddin (2020) semakin tinggi penggunaan dari *cashless* yang berarti akan semakin memengaruhi gaya hidup seseorang. Tentunya setiap individu akan

membeli jenis kebutuhan yang mereka butuhkan, bertujuan agar nilai yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan perilaku konsumen selalu tidak tetap, masyarakat Indonesia terutama masyarakat millennial melihat penggunaan *E-Wallet* semakin meningkat dan permintaan selalu tinggi, yang memudahkan para millennial untuk transaksi menggunakan produk *E-Wallet* (Daliyah dan Patrikha, 2020).

Masyarakat millennial juga memiliki hal yang sama dengan masyarakat lainnya, masyarakat millennial memiliki perilaku konsumen sesuai dengan kebutuhan masing-masing, hal ini membuat kegiatan konsumen setiap individu berbeda dari yang lainnya (Daliyah dan Patrikha, 2020).

Menurut Anggira (2020) gaya hidup merupakan faktor-faktor dari perilaku konsumen. Untuk dapat memahami kebutuhan konsumen, banyak aspek yang memengaruhi salah satunya adalah gaya hidup, konsumen dapat mengetahui keinginan serta kebutuhannya dengan informasi yang diterima konsumen melalui komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran (Mardiana, 2013). Dalam membentuk perilaku konsumen, konsumen akan menerima informasi melalui

komunikasi yang mempunyai peranan penting untuk membentuk persepsi konsumen yang akan menghasilkan suatu perilaku yang dilakukan oleh konsumen, dengan itu komunikasi pemasaran mempunyai peran untuk memberikan pesan kepada masyarakat mengenai keberadaan produk yang mereka miliki (Mardiana, 2013).

Hal tersebut menjelaskan bahwa aktivitas perilaku manusia yang terencana sebagai pengguna produk *fintech* sudah dapat diprediksi melalui *Theory of Planned Behavior*. Berdasarkan asumsi *Theory of Planned Behaviour* manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi yang memungkinkan mereka menggunakannya secara sistematis (Tamba, 2017). *Theory of Planned Behavior* menekankan pada tingkah laku spesifik seseorang dan juga semua tingkah laku secara umum berdasarkan tiga hal yaitu *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceptions of Self-Control* (Wikamorys dan Rochmach, 2017). Teori yang didasarkan pada pandangan keyakinan yang dapat memengaruhi individu untuk melakukan perilaku tertentu melalui pandangan keyakinan, pandangan keyakinan dicapai dengan menggabungkan berbagai karakteristik, kualitas, dan atribut informasi

tertentu yang membentuk ekspektasi perilaku pribadi (Yuliana dalam Seni dan Ratnadi, 2017).

Penelitian ini bertujuan melihat pengalaman pengguna sistem pembayaran GoPay dan berpengaruh pada gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung. Subjek penelitian adalah masyarakat millennial, yaitu para remaja dewasa pengguna aplikasi Gojek dan tentunya Gopay.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, disimpulkan identifikasi masalah penelitian ini adalah, seberapa besar pengaruh penggunaan GoPay terhadap gaya hidup millennial di Kota Bandung?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan GoPay terhadap gaya hidup millennial di Kota Bandung.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Pemilihan metode ini dikarenakan deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang membahas permasalahan hasil kuesioner, kemudian menganalisis data, dan merumuskan data (Putri, Wulan, dan Imran, 2016).

Skala yang digunakan di dalam penelitian ini adalah skala ordinal dan menggunakan metode Likert. Skala adalah kesepakatan yang akan dijadikan acuan dengan tujuan menentukan panjang pendek dalam suatu alat ukur, setelah itu alat ukur tersebut digunakan, dan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2018). Menurut Hermawan (2019) skala adalah acuan untuk menentukan panjang pendek di dalam suatu alat ukur, sehingga jika digunakan dalam metrologi, alat ukur tersebut menghasilkan data kuantitatif.

Hermawan (2019) mendefinisikan skala ordinal adalah skala pengukuran yang digunakan dan juga disusun dengan cara selaras dari mulai rendah sampai dengan tinggi atau sebaliknya, skala ordinal memiliki kategori data yang akan ditentukan oleh skala berdasarkan dengan jumlah karakteristik khusus yang dimiliki. Menurut Narimawati, Sarwono, Munandar, dan Winanti (2020) populasi sebagai suatu bidang yang digeneralisasikan yang meliputi benda-benda atau subjek-subjek dengan jumlah dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat mendalami dan ditarik kesimpulan, populasi tidak hanya orang atau benda, populasi juga bukan suatu bilangan yang dimiliki oleh suatu objek atau

subjek tetapi, keseluruhan mencakup semua atribut yang dimiliki oleh objek atau subjek.

Menurut Sugiyono (2018) Skala Likert akan digunakan dengan tujuan mengukur perilaku, gagasan, dan sudut pandang seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Penelitian yang di definisikan dengan jelas akan disebut variabel pencarian, respon terhadap setiap item peralatan yang menggunakan skala Likert memiliki skala dari sangat positif hingga sangat negatif.

Sugiyono (2018) menjelaskan populasi sebagai suatu bidang yang digeneralisasikan yang meliputi benda-benda atau subjek dengan jumlah dan ciri-ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti sehingga dapat didalami, lalu dapat ditarik hasilnya, populasi juga bukan hanya manusia atau benda, populasi juga bukan suatu bilangan yang dimiliki oleh suatu objek atau subjek tetapi, keseluruhan mencakup semua atribut yang dimiliki oleh objek atau subjek. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat millennial yang menggunakan layanan GoPay di Kota Bandung.

Hidayatullah, Waris, Devianti, Sari, Wibowo, dan Made (2018) mendefinisikan masyarakat millennial adalah individu yang

lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 sampai tahun 2000 saat kemajuan teknologi berkembang dengan pesat, masyarakat ini jika dilihat dari umur, merupakan masyarakat yang memiliki usia 20-40 tahun, masyarakat millennial juga dapat disebut dengan *Gen-Y*, *Net Generation*, *Generation WE*, *Boomerang Generation*, dan *Peter Pan Generation*, masyarakat tersebut juga dapat disebut dengan masyarakat millennial sebab mereka adalah generasi yang hidup dalam bergantinya milenium dengan era teknologi digital yang mulai memasuki kehidupan sehari-hari.

Sugiyono (2018) menginterpretasikan sampel sebagai potongan dari kuantitas, dan juga ciri-ciri yang dimiliki suatu populasi, jika populasinya besar, peneliti tidak dapat meneliti semua yang termasuk dalam suatu populasi dengan contoh seperti dana, periode, dan energi yang terbatas maka peneliti dapat memakai sampel yang telah diambil dari populasi tersebut. Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) penelitian dengan kawasan populasi yang besar mau tidak mau akan menyulitkan peneliti dalam mencari data, sehingga dibutuhkan teknik pengambilan sampel, melakukan teknik pengambilan sampel dengan benar, dan mampu mewakili populasi.

Jumlah masyarakat millennial pengguna layanan pembayaran GoPay di Kota Bandung pada tahun 2020 sebagai populasi tidak dapat diketahui dengan pasti dikarenakan hal tersebut merupakan data privasi perusahaan, sehingga peneliti tidak mendapatkan data pengguna aktif dari layanan GoPay di Kota Bandung. Menurut Sarwono (2013) jika populasi besar dan tidak pasti maka penelitian dapat menggunakan rumus Cochran untuk penarikan sampel.

Sugiyono (2018) menjelaskan teknik sampling sebagai teknik untuk mengambil suatu sampel, teknik pengambilan sampel secara umum dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling*, teknik pengambilan sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*. *Non-Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini menggunakan *quota sampling*. Menurut Sugiyono (2018) menjelaskan *quota sampling* merupakan teknik dengan tujuan mengidentifikasi sampel dari suatu populasi yang memiliki

karakteristik tertentu dalam jumlah (kuota) yang diinginkan. Pengambilan sampel kuota adalah sampel penelitian yang telah ditentukan, dan akan diselidiki, ciri utama pengambilan sampel kuota adalah jumlah sampel yang telah ditentukan dan akan dipenuhi (Riyanto dan Hatmawan, 2020).

Jumlah dari sampel (kuota) yang telah ditentukan di dalam penelitian ini adalah 96 responden dan responden yang dipilih adalah masyarakat millennial di Kota Bandung yang menggunakan layanan pembayaran GoPay.

Sugiyono (2018) menjelaskan data dapat dikumpulkan dengan menggunakan beragam sumber dan metode, jika dilakukan dari kerangka, data dikumpulkan dalam setting ilmiah, seperti eksperimen, seminar dan diskusi, jika dilakukan dari sumber data, data dapat disatukan dengan menggunakan data primer. dan sumber sekunder, sumber primer merupakan sumber data yang secara langsung, dan dapat membagikan data kepada peneliti, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak secara terarah membagikan data kepada peneliti, seperti penggunaan dokumen atau perantara, jika hal ini dilakukan dari data metode atau teknik pengumpulan, teknik pengumpulan data dapat dilaksanakan dengan kuesioner

(angket), *interview* (wawancara), observasi (pengamatan), dan campuran dari ketiganya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, dan sumber primer sebagai sumber data yang akan dikumpulkan.

Selanjutnya, data-data yang telah ditemukan akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Statistik Deskriptif. Menurut Siyoto dan Sodik (2015) fungsi statistik deskriptif antara lain adalah mengelompokkan data variabel menurut kelompoknya dari yang tidak biasa menjadi dapat dipahami oleh individu atau kelompok yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel tersebut, statistik deskriptif juga dapat berfungsi untuk memberikan informasi sebagaimana data yang dihasilkan oleh suatu penelitian dapat digunakan oleh individu atau kelompok orang yang membutuhkannya.

Digunakan juga teknik analisis data *Mean*. Teknik analisis data *Mean* dilakukan untuk peran penggunaan layanan pembayaran *E-Wallet* GoPay dalam gaya hidup berdasarkan dari sub variabel yang ada. Analisis data mean digunakan untuk dapat menghitung nilai rata-rata dari semua variabel yang akan diukur, perhitungan tersebut dilakukan dengan cara menghitung

dari rata-rata tunggal per item pertanyaan dan juga data kelompok per indikator pertanyaan (Hidayat, 2015).

Penulis juga akan menggunakan teknik analisis *Independent Sample T-test*. *Independent Sample T-test* merupakan teknik yang akan dipakai dalam menetapkan apakah sampel yang lebih dari satu, dan tidak memiliki hubungan memiliki cara yang berbeda. *Independent Sample T-test* juga merupakan teknik uji statistik yang memiliki tujuan agar menilai rata-rata dua kelompok yang tidak berhubungan, artinya penelitian dilakukan untuk dua subjek sampel yang berbeda. Tujuan dari teknik ini untuk memberikan mean dari dua kelompok yang tidak memiliki hubungan dengan suatu pertanyaan, apakah kedua kelompok tersebut memiliki mean yang sama atau tidak. Tuntutan utama dari *Independent Sample T-test* adalah untuk menguji dua sampel yang bebas (Yusuf dan Daris, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

Peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dengan sumber primer sebagai sumber data yang akan dikumpulkan. Proses penyebaran kuesioner telah dilakukan melalui media sosial (Instagram, Line, dan WhatsApp) dan

ditujukan kepada masyarakat millennial pengguna layanan *E-Wallet* GoPay di Kota Bandung. Kuesioner menjadi media utama dalam mengumpulkan informasi terkait kondisi pandemi yang masih menghantui masyarakat saat ini. Dari kuesioner ini diharapkan dapat terjaring informasi mengenai pengetahuan terhadap *E-Wallet* GoPay.

Kuesioner yang digunakan di dalam penelitian ini berupa kuesioner tertutup, dengan total jumlah 23 pernyataan yang dibagi menjadi lima bagian. Pada bagian pertama, terdapat empat pernyataan untuk mengetahui karakteristik responden yang terbagi atas jenis kelamin, pekerjaan, dan juga penghasilan. Pada bagian kedua terdapat dua pernyataan *screening question* dengan tujuan untuk mengetahui apakah responden mengetahui layanan *E-Wallet* GoPay dan juga pernah menggunakan layanan tersebut. Selanjutnya terdapat enam pernyataan sub variabel norma subyektif pada bagian ketiga. Lalu pada bagian keempat terdapat enam pernyataan sub variabel sikap terhadap perilaku. Pada bagian terakhir, terdapat lima pernyataan sub variabel persepsi pengendalian diri. Teknik sampling yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan *quota sampling* yang telah ditentukannya jumlah responden



yaitu sebanyak 96 responden masyarakat millennial pengguna layanan *E-Wallet* GoPay di Kota Bandung.

Harapan dari penyebaran kuesioner ini akan mampu melihat asumsi yang sebelumnya telah dibuat berdasarkan kajian teoritis. Informasi yang terangkum menjadi bahan analisa untuk menghasilkan pengetahuan mengetahui penyebaran penggunaan *E-Wallet* di Kota Bandung yang nantinya akan menjadi Bandung Smart City dengan tujuan mewujudkan teknologi menjadi suatu gaya hidup dan juga untuk meningkatkan layanan serta perhatian masyarakat pada teknologi digital dalam sektor pembayaran khususnya E-Wallet.

### Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menginterpretasikan data dengan hasil informasi yang jelas dan mudah dimengerti dengan membuahakan wawasan penelitian yaitu hubungan antar variabel bebas. Hasil analisis statistik deskriptif bisa dilihat dengan data yang didapat dari pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan kepada responden dengan mengisi kuesioner. Hasil dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Sub Variable	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean		Std. Deviation Statistic
					Statistic	Std. Error	
<i>Attitude Toward Behavior (X1)</i>	96	20	14	34	24.25	.442	4.333
<i>Subjective Norm (X2)</i>	96	16	14	30	23.77	.409	4.009
<i>Perceptions of Self-Control (X3)</i>	96	14	11	25	18.69	.332	3.252
Valid N (listwise)	96						

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel 1 berdasarkan atas kuesioner yang digunakan dengan menggunakan skala Likert, didapat nilai dari minimum, maksimum, mean, dan nilai standar deviasi. Standar deviasi dapat memberikan gambaran besar dari variasi data, apabila nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai mean, maka akan menunjukkan bahwa nilai mean dapat digunakan sebagai bentuk dari data keseluruhan. Sedangkan, apabila nilai standar deviasi lebih besar dari nilai mean, maka merupakan representasi yang buruk dari keseluruhan data.

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa N atau jumlah data dari setiap variabel yang valid berjumlah 96 dari 96 data. *Attitude Toward Behavior* (X1) memiliki 96 buah sampel dengan nilai minimum sebanyak 14, nilai maksimum sebanyak 34, nilai mean sebanyak 24.25, serta nilai standar deviasi sebanyak 4.333 yang artinya nilai mean lebih besar dari jumlah nilai standar deviasi yang mengartikan kesalahan data yang ada rendah dan penyebaran nilai rata.

*Subjective Norm* (X2) memiliki 96 buah sampel dan diketahui bahwa nilai minimum sebanyak 14, nilai maksimum sebanyak 30, nilai mean sebesar 23.77, serta nilai standar deviasi sebanyak 4.009 yang

artinya nilai mean subjective norm (X2) lebih besar dari nilai standar deviasi yang mengartikan kesalahan data yang terjadi rendah dan penyebaran nilai rata.

*Perceptions of Self-Control* (X3) memiliki 96 buah sampel dengan diketahui bahwa nilai minimum sebanyak 11, nilai maksimum sebanyak 25, nilai mean sebanyak 18.69, serta nilai standar deviasi sebanyak 3.252 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi yang mengartikan kesalahan data yang terjadi rendah dan penyebaran nilai rata.

Dari tabel di atas, semua sub variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *mean* lebih besar dari standar deviasi, yang juga dapat menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap kuesioner tidak terlalu berbeda dari responden lain.

### **Mean**

Pada bagian hasil analisis data mean, akan ditunjukkan bagaimana tingkat dari rata-rata penggunaan layanan *E-Wallet* GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung. Perhitungan mean data tunggal ini akan menunjukkan tingkat dari rata-rata penggunaan layanan *E-Wallet* GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung dalam hitungan per item pertanyaan dan akan dilihat dari skor total

atau dari nilai tingkat penggunaan layanan *E-Wallet* GoPay dalam gaya hidup secara menyeluruh. Perhitungan mean data kelompok bertujuan untuk mencari tahu tingkat gaya hidup masyarakat millennial di

Kota Bandung menggunakan hasil perhitungan rata-rata dari per sub variabel pada kuesioner penelitian. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Analisis Data Mean

No. Items	Sub Variable	Total Mean	Information	TCR
1~6	<i>Attitude Toward Behavior (X1)</i>	3.60	Agree	73.3%
7~12	<i>Subjective Norm (X2)</i>	3.96	Agree	79.2%
13~17	<i>Perceptions of Self-Control (X3)</i>	3.74	Agree	74.75%
Total Mean		3.76	Agree	75.7%

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan perhitungan tabel 2 di atas, diperoleh nilai mean hasil perhitungan sub variabel dari segi *Attitude Toward Behavior* dan didapatkan hasil data mean kelompok sebesar 3.60. Nilai tersebut dinyatakan setuju dengan adanya penggunaan GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung dari segi *Attitude Toward Behavior*. Dengan adanya penggunaan GoPay dalam gaya hidup dari segi *Attitude Toward Behavior*, dapat diartikan bahwa masyarakat millennial di Kota Bandung memiliki keyakinan bahwa ketika mereka menggunakan GoPay, akan muncul sikap perasaan positif dan juga negatif yang akan memengaruhi keputusan dalam berperilaku dan nantinya akan menjadi gaya hidup mereka.

Perhitungan tabel di atas juga memperlihatkan nilai mean hasil dari perhitungan sub variabel dari segi *Subjective Norm* dan didapatkan hasil data mean kelompok sebesar 3.96. Nilai tersebut dinyatakan setuju dengan adanya penggunaan GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung dari segi *Subjective Norm*. Dengan adanya penggunaan GoPay dalam gaya hidup dari segi *Subjective Norm*, dapat diartikan bahwa masyarakat millennial di Kota Bandung memiliki persepsi individu mengenai keadaan lingkungan sosial yang ada untuk menggunakan dan juga tidak menggunakan GoPay. Masyarakat millennial di Kota Bandung juga menggunakan GoPay dengan didasari oleh niat, dari niat tersebut muncul

perilaku untuk menjadikan penggunaan GoPay sebagai gaya hidup mereka.

Lalu, nilai mean dari perhitungan sub variabel dari segi *Perceptions of Self-Control* dan didapatkan mean kelompok sebesar 3.74. Nilai tersebut dinyatakan setuju dengan adanya penggunaan GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung dari segi *Perceptions of Self-Control*. Dengan adanya penggunaan GoPay dalam gaya hidup dari segi *Perceptions of Self-Control*, dapat diartikan bahwa masyarakat millennial di Kota Bandung memiliki kemampuan untuk mengendalikan dirinya secara sadar sehingga dapat menghasilkan perilaku yang nantinya akan menjadi gaya hidup mereka.

Perhitungan total mean dari hasil mean rata-rata per item pernyataan sebesar 3.76 dan dengan target capai responden (TCR) sebesar 75.7%. Jika dilihat berdasarkan tabel di atas maka angka tersebut dinyatakan setuju. Hal tersebut dapat diartikan bahwa adanya penggunaan GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung. Masyarakat millennial di Kota Bandung merasa penggunaan layanan pembayaran E-Wallet GoPay sudah cukup untuk memenuhi dan membantu kehidupan sehari-hari dalam gaya

hidup mereka. Dikarenakan, GoPay memiliki layanan transaksi yang beragam dan tentunya dapat memudahkan melakukan pembayaran di dalam dan di luar aplikasi. GoPay juga sering menawarkan promo yang menarik dan tentunya akan mampu menarik atau pun menjaga loyalitas masyarakat millennial di Kota Bandung untuk terus tetap menggunakan GoPay. Masyarakat millennial di Kota Bandung merasa penggunaan GoPay dalam gaya hidup mereka didasari oleh tiga hal yaitu, *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan juga *Perceptions of Self-Control*.

Dapat diartikan bahwa masyarakat millennial di Kota Bandung memiliki keyakinan bahwa ketika mereka menggunakan GoPay, akan muncul sikap perasaan positif dan juga negatif yang akan memengaruhi dalam berperilaku dan nantinya akan menjadi gaya hidup mereka. Lalu, masyarakat millennial di Kota Bandung juga memiliki persepsi individu mengenai tekanan sosial untuk menggunakan dan juga tidak menggunakan GoPay. Mereka menggunakan GoPay dengan didasari oleh niat, dan dari niat tersebut muncul perilaku untuk menjadikan penggunaan GoPay sebagai gaya hidup mereka. Lalu, masyarakat millennial di Kota Bandung juga memiliki kemampuan untuk

mengendalikan dirinya secara sadar sehingga dapat menghasilkan perilaku yang nantinya akan menjadi gaya hidup mereka.

**Independent Sample T-test**

*Independent Sample T-test* merupakan teknik yang digunakan untuk dapat membandingkan rata-rata dua kelompok yang tidak saling berkaitan. Dua

kelompok tersebut yaitu kelompok laki-laki dan juga kelompok perempuan. Teknik ini digunakan dengan tujuan untuk dapat mengetahui kelompok manakah yang paling dominan menggunakan layanan *E-Wallet* GoPay dalam gaya hidupnya. Hasil analisis Independent Sample T-test dapat dilihat dalam tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Independent Sample T-test

Sub Variable	Gender	N	Mean	TCR	Std. Deviation	t	p
<i>Attitude Toward Behavior (X1)</i>	Male	60	3.67	74%	4.42	-0.485	0.849
	Female	36	3.69	73.7%	4.23		
<i>Subjective Norm (X2)</i>	Male	60	3.89	79%	4.13	-1.172	0.504
	Female	36	4.06	81.2%	3.75		
<i>Perceptions of Self-Control (X3)</i>	Male	60	3.74	75.8%	3.14	0.113	0.463
	Female	36	3.72	74.5%	3.47		
Total	Male	60	3.76	76.3%	4.33	-0.003	0.237
	Female	36	3.82	76.5%	4.11		

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan hasil tabel 3 di atas dapat dilihat terdapat perbedaan tingkat penggunaan GoPay dengan didasari oleh *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norm*, dan *Perceptions of Self-Control* antara masyarakat millennial laki-laki dan juga perempuan. Laki-laki memperoleh nilai mean sebesar 3.76 dengan target capai responden (TCR) sebesar 76.3% yang dapat dinyatakan setuju bahwa mereka menggunakan GoPay dengan didasari oleh

*Attitude Toward Behavior (X1)*, *Subjective Norm (X2)*, dan *Perceptions of Self-Control (X3)*.

Untuk masyarakat millennial perempuan, hasil dari perhitungan diperoleh nilai mean sebesar 3.82 dengan target capai responden (TCR) sebesar 76.5% yang dapat dinyatakan setuju bahwa mereka menggunakan GoPay dengan didasari oleh *Attitude Toward Behavior (X1)*, *Subjective*

*Norm (X2), dan Perceptions of Self-Control (X3).*

## PEMBAHASAN

Berdasarkan paparan di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat millennial di Kota Bandung menggunakan layanan pembayaran *E-Wallet* GoPay dengan didasari oleh sikap terhadap perilaku yang terdapat di dalam *Theory of Planned Behavior*, dari persepsi individu melakukan suatu perilaku akan muncul sikap perasaan positif atau pun negatif dan akan memengaruhi perilaku individu tersebut yang akan membentuk suatu kebiasaan. Nantinya perilaku tersebut akan menjadi gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung.

Masyarakat millennial di Kota Bandung juga menggunakan layanan pembayaran *E-Wallet* GoPay dengan didasari oleh norma subjektif yang terdapat didalam *Theory of Planned Behavior*. Dari perilaku tersebut yang didasari oleh niat, dari niat tersebut untuk mengambil keputusan menggunakan GoPay akan muncul perilaku untuk menjadikan penggunaan GoPay sebagai gaya hidup.

Lalu, masyarakat millennial di Kota Bandung menggunakan layanan pembayaran *E-Wallet* GoPay dengan didasari oleh persepsi pengendalian diri yang terdapat di dalam *Theory of Planned Behavior*, dan akan menghasilkan perilaku yang sesuai dengan normal sosial yang ada di lingkungannya, nantinya perilaku tersebut akan menjadi gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung.

Selain itu, pengolahan data juga memperlihatkan adanya perbedaan penggunaan layanan pembayaran *E-Wallet* GoPay dalam gaya hidup berdasarkan jenis kelamin. Pada penelitian ini, pengaruh penggunaan GoPay dalam gaya hidup perempuan lebih besar.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa kesimpulan yang ditarik untuk menjawab identifikasi permasalahan yang ditimbulkan dalam penelitian ini berdasarkan analisis data yang telah dinyatakan pada bab sebelumnya. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil analisis data *Mean* dapat dilihat bahwa total mean sebesar 3.76 dengan target capai responden (TCR) sebesar 75.7% dan menerima  $H_a$  yang

berarti terdapat pengaruh penggunaan GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung sebanyak >70% dengan didasari oleh *Attitude Toward Behavior* (X1), *Subjective Norm* (X2), dan *Perceptions of Self-Control* (X3).

Sedangkan dalam hasil analisis *Independent Sample T-test* dapat dilihat bahwa laki-laki memiliki total mean sebesar 3.76 dengan target capai responden (TCR) sebanyak 76.3% dan total mean sebesar 3.82 dengan target capai responden (TCR) sebanyak 76.5% untuk perempuan yang menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan GoPay dalam gaya hidup perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki, dan menerima  $H_a$  yang berarti pengaruh penggunaan GoPay dalam gaya hidup masyarakat millennial di Kota Bandung sebanyak >70% dengan didasari oleh *Attitude Toward Behavior* (X1), *Subjective Norm* (X2), dan *Perceptions of Self-Control* (X3).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Daliyah, R., & Patrikha, F. D. (2020). Analisis Perilaku Konsumsi Pengguna Aplikasi E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 946–952.
- GoPay - Cara Top Up, Cara Cek Saldo, dan Promo. (2020). *Cermati*. diakses pada tanggal 29 November 2020 dari <https://www.cermati.com/e-money/gopay>
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan. [https://books.google.co.id/books?id=Vja4DwAAQBAJ&pg=PA54&dq=Hermawan+2019+variabel+independn&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj1iPPg\\_MjuAhVSmuYKHcqIANwQ6AEwAXoECAUQAg#v=onepage&q=Hermawan%202019%20variabel%20independn&f=false](https://books.google.co.id/books?id=Vja4DwAAQBAJ&pg=PA54&dq=Hermawan+2019+variabel+independn&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj1iPPg_MjuAhVSmuYKHcqIANwQ6AEwAXoECAUQAg#v=onepage&q=Hermawan%202019%20variabel%20independn&f=false)
- Hidayat, AA. (2015). *Metode Penelitian Kesehatan Paradigma Kuantitatif*. Surabaya: Health Books Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=v0ATEAAAQBAJ&pg=PA99&dq=analisis+data+mean+kuantitatif&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjtae859fvAhUDcCsKHeUOD-oQ6AEwBHoECAYQAg#v=onepage&q=analisis%20data%20mean%20kuantitatif&f=false>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2). <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Lontar*, 2(2), 40–46.
- Maulida, R. (2019). *Fintech: Pengertian, Jenis, Hingga Regulasinya di Indonesia*. Online-Pajak. diakses pada 3 November 2020, dari <https://www.online->

- [pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech](https://pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech)
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winanti, M. B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI (Anggota IKAPI). <https://books.google.co.id/books?id=rV0MEAAAQBAJ&pg=PA7&dq=Narimawati+2020+pengukuran+ordinal&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwi7IHycjuAhVCmuYKHxIWBhsQ6AEwAHoECAUQAq#v=onepage&q=Narimawati%202020%20pengukuran%20ordinal&f=false>
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>
- Paath, D. K., & Manurung, R. (2019). Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money ( Studi kasus : layanan Go-Pay “ Gojek ” di Purwokerto ). *Jurnal HUMMANS*, 2(September), 38–45.
- Putri, D., Retno Wulan, R., & Ilfandy Imran, A. (2016). Kepuasan Mahasiswa Telkom University Dalam Penanganan Keluhan Berbasis Media Sosial Facebook. *Jurnal Sositologi*, 15(1), 41–49. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.1.4>
- Riyanto, S., & Hatmawan, AA. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA). <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Riyanto+2020+sampel+penelitian&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwib3dKHgMnuAhUv73MBHUGHBXcQ6AEwAHoECAQAq#v=onepage&q=Riyanto%202020%20sampel%20penelitian&f=false>
- Sarwono, J. (2013). *Mixed Methods Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=5n1cDwAAQBAJ&pg=PA86&dq=Sarwono+2013+rumus+cochran&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiKjKOYgcnUAhULdCsKHbJ9DvAQ6AEwAHoECA YQAq#v=onepage&q=Sarwono%202013%20rumus%20cochran&f=false>
- Setiadi, NJ. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siyoto, S., & Sodik, MA. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Siyoto+2015+deskriptif&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwij6ZX1hsnuAhVOF0KHRsBCxkQ6AEwAHoECA AQAq#v=onepage&q=Siyoto%202015%20deskriptif&f=false>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suryono, RR. (2019). Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Aksiologi. Masyarakat Telematika Dan Informasi. *Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(1), 52. <https://doi.org/10.17933/mti.v10i1.138>



- Tamba, D. (2017). Aplikasi Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Perilaku Mahasiswa Membeli Laptop Lenovo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17, 119–145.
- Wahyudi, HS., & Sukmasari, MP. (2014). Teknologi dan kehidupan masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 13–24. <https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/File/17444/13932>
- Wikamorys, DA., & Rochmach, TN. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 5(1), 32. <https://doi.org/10.20473/jaki.v5i1.2017.32-40>
- Yusuf, M., & Daris, L. (2018). *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: PT Penerbit IPB Press. <https://books.google.co.id/books?id=qrkREAAAQBAJ&pg=PA134&dq=analisis+data+t+test+independent&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjb0rLNR8juAhWKF3IKHSjrCpEQ6AEwBHoECAUQA#v=onepage&q=analisis%20data%20t%20test%20independent&f=false>