

BAB I

PENDAHULAN

A. Latar Belakang

Salah satu modernisasi masyarakat dunia, termasuk Indonesia adalah adanya perkembangan alat pembayaran yang semakin pesat dan maju. Awalnya sistem barter antar barang yang diperjual belikan adalah alat pembayaran lazim yang digunakan di era pra-modern. Adanya berbagai kesulitan dengan sistem barter mendorong munculnya satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran, yang dikenal dengan istilah uang. Hingga saat ini uang menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat¹.

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999, sistem pembayaran merupakan sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang dipergunakan untuk dilakukannya pemindahan dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Alat pembayaran yang

¹ Tri Hendro, *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), h.9.

semula hanya menggunakan uang tunai (*cash based*), kini juga menggunakan alat pembayaran berbasis non-tunai (*non cash based*)².

Teknologi informasi sangatlah pesat perkembangannya, sehingga merubah sebagian besar gaya hidup mahasiswa terutama di Indonesia yang awalnya bersifat tradisional menjadi modern. Dunia perbankan saat ini juga sudah memanfaatkan teknologi informasi dalam operasionalnya sehari-hari, dimana operasionalnya dikenal sistem dengan aplikasi perbankan.

Hidup di zaman modern dengan segala kecanggihan telah mengantarkan banyaknya negara termasuk Indonesia dan khususnya mahasiswa FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) menjadi *cashless society* atau masyarakat tanpa tunai. Hal ini sudah menjadi sesuatu yang umum di negara-negara maju, dimana masyarakat lebih suka melakukan transaksi menggunakan kartu aplikasi di smartphone. Agar tidak tertinggal oleh zaman yang semakin maju, mau tidak mau masyarakat Indonesia juga harus mau mulai menyesuaikan diri. Begitu pula mahasiswa

² Undang-Undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 1999 tentang, *Bank Indonesia Bab 1 Pasal 1*

FEBI kini sudah mulai menggunakan dompet virtual untuk melakukan beberapa transaksi seperti pembayaran ojek online, belanja mini market, belanja online, dan juga pulsa.

Tindakan yang dilakukan oleh mahasiswa guna memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan dan pengonsumsian, termasuk proses keputusan mahasiswa yang mendahului dan yang menyusul. Tindakan atau perilaku yang dilakukan mahasiswa yang dimulai dengan merasakan adanya kemudahan, kebutuhan, dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan kenyamanan dalam bertransaksi, menggunakan uang non-tunai tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca penggunaan dompet virtual, yaitu perasaan puas atau tidak puas.

Keinginan pemenuhan kebutuhan seperti sandang, pangan, papan yang semula sederhana berkembang lebih kompleks. Dalam kebutuhan sehari-hari mahasiswa dihadapkan dengan berbagai kebutuhan yang tiada henti karena pada dasarnya mahasiswa tidak lepas dari berbagai kebutuhan mereka, mulai dari kebutuhan bersifat besar sampai kebutuhan yang bersifat kecil. Dan yang mempengaruhi perilaku minat

mahasiswa FEBI ini dalam penggunaan dompet virtual dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor utama yaitu faktor sosial, faktor budaya, dan faktor psikologis.

Faktor sosial merupakan pengaruh orang lain baik secara formal maupun informal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu bahwa hasil analisis regresi yang menunjukkan nilai signifikansi faktor sosial yang bertanda positif artinya faktor sosial berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian.³ Dan hal ini menunjukkan ketika seseorang mahasiswa lebih sering berada dalam lingkungan kelompok mahasiswa acuan, atau lingkungan organisasi, maka keputusan minat mahasiswa tersebut akan sesuai dengan kelompok mahasiswa acuan, atau organisasi dimana mahasiswa tersebut sering berinteraksi.

Faktor budaya merupakan keadaan sistem nilai budaya, adat istiadat, dan cara hidup masyarakat yang mengelilingi kehidupan seseorang. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh

³ Mercy. *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia di Kota Padang*. Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP-PGRI Sumbar.

peneliti terdahulu bahwa faktor budaya berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian.⁴ Dengan adanya keyakinan responden terhadap kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang sama dengan budaya setempat, maka faktor budaya dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Faktor psikologis yaitu faktor yang berkaitan dengan kejiwaan seseorang. Indikator faktor psikologis dilihat dari (1) motivasi, (2) pengalaman, dan (3) sikap.⁵

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji hal tersebut dan mengangkat penelitian yang berjudul :
“Analisis Faktor Sosial, Budaya, dan Psikologis Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Dompot Virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020”

⁴ Budiaji, Panuntun, Catur. 2014. *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen pada Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Internet Unlimited CDMA Smartfren.*

⁵ Kotler. Philip dan Keller. Kevin Lane, *MarketingManagement 14th Edition*, (New Jersey: Pearson Education, 2012), h. 151.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik identifikasi masalah dalam penelitian ini bahwa:

1. Cara hidup mahasiswa termasuk dalam bertransaksi masih dilakukan secara tradisional dalam artian masih nyaman menggunakan uang tunai dibanding dompet virtual.
2. Minat mahasiswa untuk menggunakan dompet virtual masih rendah padahal kemampuan untuk menggunakan *smartphone* sudah meningkat.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis mengambil tiga faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual yaitu faktor sosial, budaya, dan psikologis. Adapun data yang akan penulis ambil yaitu dengan menggunakan data cross section dan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, penulis berusaha mengungkapkan dalam penelitian seberapa besar pengaruh Faktor sosial, budaya, dan psikologi terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan dompet virtual. Oleh karena itu perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh faktor sosial terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.
2. Bagaimanakah pengaruh faktor budaya terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.
3. Bagaimanakah pengaruh faktor psikologis terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.
4. Bagaimanakah pengaruh faktor sosial, budaya, dan psikologis secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.
2. Menganalisis pengaruh faktor budaya terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.
3. Menganalisis pengaruh faktor psikologis terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.
4. Menganalisis faktor sosial, budaya, dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai informasi dan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui faktor dominan yang menjadi pertimbangan konsumen menggunakan dompet virtual sehingga pihak perusahaan akan dapat menyusun strategi terbaik untuk memenuhi harapan konsumen.

2. Bagi penulis

Penulis sendiri mendapatkan manfaat bertambahnya ilmu, khususnya dalam bidang ekonomi mengenai apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan aplikasi olshop serta penelitian ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

G. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Surya Destian (2017) dalam jurnalnya yaitu "*Pengaruh Perilaku Konsumen (Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis) terhadap Keputusan Pembelian Online pada Situs Modifikasi.com di Kota Bandung*" penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh perilaku konsumen (budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) terhadap keputusan pembelian apakah faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh untuk terjadinya pembelian melalui situs Modifikasi.com.

Hasil dari penelitian tersebut adalah secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan dari faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. Namun secara simultan terdapat pengaruh signifikan dari faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian.

Perbedaannya dengan penelitian saya adalah terletak pada variabel Y dan variabel X dimana variabel Y adalah minat mahasiswa, dan variabel X adalah faktor sosial, budaya dan psikologi.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mercy (2014) dalam jurnalnya yaitu "*Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nokia di Kota Padang*" penelitian ini menguji tentang pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian produk handphone merek nokia di Padang.

Hasil dari penelitian tersebut adalah faktor budaya bertanda positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun faktor sosial, pribadi dan psikologi bertanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perbedaannya dengan penelitian saya adalah terletak pada variabel Y dan variabel X dimana variabel Y adalah minat mahasiswa, dan variabel X adalah faktor sosial, budaya dan psikologi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Joesyana (2017) dalam jurnalnya yaitu "*Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Tata*

Rias Wajah Import” penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan serta untuk menganalisis pengaruh sikap, faktor pribadi, dan faktor sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian terhadap produk kosmetik khusus tata rias merek import.

Hasil dari penelitian tersebut adalah faktor sikap berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan faktor pribadi dan faktor sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Perbedaannya dengan penelitian saya adalah terletak pada variabel Y dan variabel X dimana variabel Y adalah minat mahasiswa, dan variabel X adalah faktor sosial, budaya dan psikologi.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Catur Penuntun Budiaji (2014) dalam jurnal nya yaitu “*Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen pada Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Internet Unlimited CDMA Smartfren*” penelitian ini bertujuan untuk menguji : 1) pengaruh faktor budaya pada keputusan pembelian paket layanan data

internet unlimited CDMA Smartfren, 2) pengaruh faktor sosial pada keputusan pembelian paket layanan data internet unlimited CDMA Smartfren, 3) pengaruh faktor kepribadian pada keputusan pembelian paket layanan data internet unlimited CDMA Smartfren, 4) pengaruh faktor psikologis pada keputusan pembelian paket layanan data internet unlimited CDMA Smartfren, 5) pengaruh faktor budaya, sosial, kepribadian, dan psikologis secara bersamaan pada keputusan pembelian paket layanan data internet unlimited CDMA Smartfren.

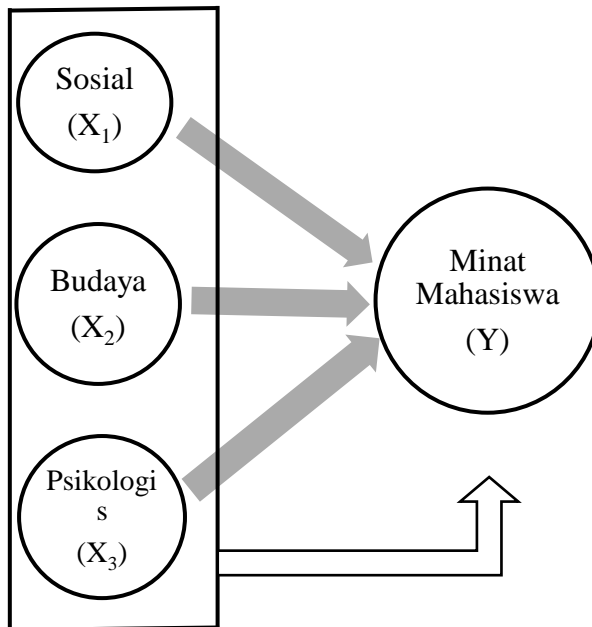
Hasil penelitian tersebut adalah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan faktor budaya, sosial, kepribadian dan psikologi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perbedaannya dengan penelitian saya adalah terletak pada variabel Y dan variabel X dimana variabel Y adalah minat mahasiswa, dan variabel X adalah faktor sosial, budaya dan psikologi.

H. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penelitian ini, maka kerangka pemikiran teoritis yang diajukan penulis adalah : Faktor Sosial, Faktor Budaya, dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Minat Mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data *cross section* dan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan *sample* menggunakan metode *purposive sampling* dengan data pada tahun 2020. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji stabilitas model, uji linieritas, uji normalitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas) dan uji hipotesis t-statistik serta f-statistik untuk menguji keberartian pengaruh secara bersama-sama.

Model penelitian yang dibangun ini diharapkan mampu menjelaskan baik secara teoritis maupun pendekatan hasil-hasil dari penelitian terdahulu, sehingga kerangka pemikiran teoritis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Keterangan:

- X₁ : Variabel bebas 1. Yaitu Pengaruh Faktor Sosial
- X₂ : Variabel bebas 2. Yaitu Pengaruh Faktor Budaya
- X₃ : Variabel bebas 3. Yaitu Pengaruh Faktor Psikologis
- Y : Minat Mahasiswa Menggunakan Dompot Virtual

I. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai sesuatu pernyataan yang belum merupakan suatu tesis; suatu kesimpulan sementara; suatu pendapat yang belum final, karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis adalah suatu dugaan sementara, suatu tesis sementara yang harus dibuktikan kebenarannya melalui penyelidikan ilmiah. Hipotesis dapat juga dikatakan kesimpulan sementara, merupakan suatu konstruk (*construck*) yang masih perlu dibuktikan, suatu kesimpulan yang belum teruji kebenarannya.

Hipotesis adalah proporsi yang dirumuskan dengan maksud untuk diuji secara empiris. Proposri merupakan ungkapan atau pernyataan yang dapat dipercaya, disangkal, atau diuji kebenarannya mengenai konsep atau konstruksi yang menjelaskan atau memprediksi fenomena-fenomena. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁: Terdapat pengaruh Faktor Sosial terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Dompot Virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020;

- H₂: Terdapat pengaruh Faktor Budaya terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Dompot Virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020;
- H₃: Terdapat pengaruh Faktor Psikologi terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Dompot Virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020;
- H₄: Terdapat pengaruh Minat Mahasiswa terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Dompot Virtual di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten Tahun 2020;

J. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran secara garis besar mengenai penulisan ini, maka disusun sistematika pembahasan untuk memperjelas materi-materi yang akan dibahas yang dibagi dalam setiap bab, adapun pembagiannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/ signifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan,

kerangka pemikiran, hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan paparan teori, hubungan antar variabel dan hipotesa.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan penjelasan mengenai waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknis analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini adalah menjelaskan tentang gambaran umum yang menjadi obyek pada penelitian ini, yakni keputusan pembelian. Dan variabel-variabel kualitas layanan yang terdiri dari : Faktor Sosial, Faktor Budaya, dan Faktor Psikologis yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan dompet virtual. Deskripsi data pada penelitian ini adalah : variabel minat mahasiswa

sebagai variabel dependen dan variabel Faktor Sosial, Faktor Budaya, dan Faktor Psikologis merupakan variabel independen yang menjadi model persamaan (regresi linear berganda) yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya dilakukan uji model persamaan (regresi linear berganda) untuk memenuhi ketentuan OLS (*Ordinary Least Square*) yakni data berdistribusi normal dan terbebas dari pelanggaran asumsi klasik. Tahapan berikutnya melakukan analisis koefisien beta regresi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, selanjutnya menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (baik parsial maupun simultan). Dan berakhir menguji seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan memuat kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh dari pembahasan bab-bab sebelumnya dan akan dipaparkan beserta saran-saran terhadap kesimpulan tersebut.