

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten merupakan salah satu Universitas berstatus Negeri yang disingkat dengan UIN SMH. Universitas ini berkedudukan di Banten, Indonesia. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten berdiri pada tanggal 07 April 2017 bertepatan pada tanggal 10 Rajab 1432 H berdasarkan peraturan presiden Nomor 39 Tahun 2017 tentang UIN Banten. UIN Banten memiliki 6 Fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syariah, Fakultas Ushuludin dan Adab, Fakultas Dakwah, Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam, dan Fakultas Sains.¹

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

¹ “Profil UIN Banten” <https://belajargiat.id/profil-uin-banten/>, diakses pada 26 Oktober 2020, pukul 12.51 WIB

sudah menjadi sesuatu yang umum di negara-negara maju, dimana masyarakat lebih suka melakukan transaksi menggunakan dompet virtual. Agar tidak tertinggal oleh zaman yang semakin maju, mau tidak mau masyarakat Indonesia juga harus mau mulai menyesuaikan diri. Begitu pula mahasiswa 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.

Pada sub bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian. Metode analisis deskriptif adalah

metode yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan menjadi sebuah informasi.² Dalam penelitian ini sebagai sampel penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten yang diambil secara purposive sampling diperoleh sebanyak 401 responden. Data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, jurusan dan semester yang ditempuh mahasiswa. Adapun berikut ini akan dijelaskan karakteristik responden

1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	118	29,43%
2.	Perempuan	283	70,57%
Jumlah		401	100%

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi karakteristik responden menurut jenis kelamin bahwa mahasiswa FEBI UIN Banten yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 118 orang (29,43%), dan mahasiswa perempuan sebanyak 283

² Suharyadi purwanto, Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), h. 12

orang (70,57%). Hal ini menunjukkan sebagian besar responden penelitian di FEBI UIN Banten berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Menurut Jurusan

Karakteristik Responden Menurut Jurusan

No	Jurusan	Jumlah	Persentase
1.	Ekonomi Syariah	163	40,65%
2.	Perbankan Syariah	114	28,43%
3.	Asuransi Syariah	124	30,92%
Jumlah		401	100%

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi karakteristik responden menurut jurusan bahwa mahasiswa FEBI UIN Banten yang berjurusan Ekonomi Syariah sebanyak 163 orang (40,65%), jurusan Perbankan Syariah sebanyak 114 orang (28,43%), dan mahasiswa jurusan Asuransi Syariah sebanyak 124 orang (30,92%). Data tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa FEBI yang berminat menggunakan dompet virtual paling banyak adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah sebanyak 163 orang.

3. Karakteristik Responden Menurut Semester

Karakteristik Responden Menurut Semester

No	Semester	Jumlah	Persentase
1.	IV	70	17,95%
2.	VI	85	20,7%
3.	VIII	134	33,42%
4.	X	112	27,93%
Jumlah		401	100%

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi karakteristik responden menurut jurusan bahwa mahasiswa FEBI UIN Banten yang semester IV sebanyak 70 orang (17,95%), semester VI sebanyak 85 orang (20,7%), semester VIII sebanyak 134 orang (33,42%), dan mahasiswa semester X sebanyak 112 orang (27,93%). Data tersebut menjelaskan bahwa mahasiswa FEBI yang berminat menggunakan dompet virtual paling banyak adalah mahasiswa semester VII sebanyak 134 orang.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data dapat juga menggunakan uji statistik Kolmogorov smirnov (K-S). besarnya tingkat K-S dengan tingkat signifikan diatas 0,05 berarti dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data secara ringkas hasilnya dapat dilihat pada tabel

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		401
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,62485999
Most Extreme Differences	Absolute	,046
	Positive	,044
	Negative	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		,930
Asymp. Sig. (2-tailed)		,353

Hasil perhitungan Kolmogrov-Sminov menunjukkan bahwa nilai signifikansinya (p value) sebesar $0,930 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas atau dapat dikatakan sebaran data penelitian terdistribusi normal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heteroskedastisitas

Untuk perhitungan adanya heteroskedastisitas dari tingkat signifikansi dapat digunakan uji glejser atau absolute residual dari data. Jika tingkat signifikansi berada diatas 5% berarti tidak terjadi heteroskedastisitas tetapi jika berada di bawah 5% berarti terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut ini.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,947	,605		6,522	,000
Faktor Sosial	,081	,053	,081	1,526	,128
1 Faktor Budaya	,331	,061	,340	5,384	,000
Faktor Psikologis	,319	,058	,321	5,511	,000

Berdasarkan hasil analisis seperti pada tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai signifikansinya (p value) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel tidak mengandung adanya heteroskedastisitas, sehingga memenuhi persyaratan dalam analisis regresi.

b. Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	Change Statistics			Durbin-Watson
	df1	df2	Sig. F Change	
1	3 ^a	397	,000	1,767

Hasil analisis autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson diperoleh nilai DW sebesar 1,767 hal ini dapat diartikan bahwa tidak ada autokorelasi pada hasil analisis dan memenuhi syarat analisis regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilihat dari tolerance value dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF $> 0,10$. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat secara ringkas pada tabel berikut ini.

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Faktor Sosial	,478	2,091
Faktor Budaya	,340	2,944
Faktor Psikologis	,397	2,516

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Hal ini berarti menunjukkan bahwa tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi, sehingga memenuhi syarat analisis regresi.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada tabel sebagai berikut ini

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,947	,605		6,522	,000
Faktor Sosial	,081	,053	,081	1,526	,128
¹ Faktor Budaya	,331	,061	,340	5,384	,000
Faktor Psikologis	,319	,058	,321	5,511	,000

Dari hasil analisis regresi berganda diatas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,947 + 0,081 + 0,331 + 0,319 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier tersebut diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) $a = 3,947$ menyatakan bahwa tanpa adanya variabel faktor sosial, faktor budaya dan faktor psikologi maka minat mahasiswa menjadi pengguna dompet virtual mengalami peningkatan sebesar 3,947.
- 2) $X_1 = 0,081$ menyatakan bahwa jika faktor sosial bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat mahasiswa menjadi pengguna dompet virtual akan mengalami peningkatan sebesar 0,081 atau dengan presentase sebesar 8,1% dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel faktor sosial bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi faktor sosial maka semakin meningkatkan minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.

- 3) $X_2 = 0,331$ menyatakan bahwa jika faktor budaya bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat mahasiswa menggunakan dompet virtual akan mengalami peningkatan sebesar 0,331 atau dengan presentase sebesar 33,1% dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel faktor budaya bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi faktor budaya maka semakin meningkatkan minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.
- 4) $X_3 = 0,319$ menyatakan bahwa jika faktor psikologi bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka minat mahasiswa menggunakan dompet virtual akan mengalami peningkatan sebesar 0,319 atau dengan presentase sebesar 31,9% dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel faktor psikologi bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi faktor

psikologi maka semakin meningkatkan minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,947	,605		6,522	,000
1 Faktor Sosial	,081	,053	,081	1,526	,128
Faktor Budaya	,331	,061	,340	5,384	,000
Faktor Psikologis	,319	,058	,321	5,511	,000

Uji t dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan kriteria pengujian jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $p\text{-value} < \alpha$ maka ditolak. Hasil analisis uji t untuk variabel faktor sosial diperoleh nilai sebesar $1,526 < t\text{-tabel}$ (1,960) dengan nilai probabilitas 0,128 berarti lebih besar dari

0,05 maka diterima, yang artinya faktor sosial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.

Hasil analisis uji t untuk variabel faktor budaya diperoleh nilai sebesar $5,384 > t$ tabel (1,960) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka ditolak, yang artinya faktor budaya berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.

Hasil analisis uji t untuk variabel faktor psikologi diperoleh nilai sebesar $5,511 > t$ tabel (1,960) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka ditolak, yang artinya faktor budaya berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual

**b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

Regression	912,994	3	304,331	114,405	,000 ^b
Residual	1056,068	397	2,660		
Total	1969,062	400			

Uji F diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dan untuk mengetahui ketepatan model regresi yang digunakan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 114,405 > F_{tabel} (2,63) dengan ini signifikannya sebesar 0,000 pada tingkat signifikan 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipilih tepat.

5. Koefisien Determinasi

Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	,681 ^a	,464	,460	1,631	,464	114,405

Uji R^2 digunakan untuk memenuhi seberapa jauh proporsi variasi variabel-variabel independen dapat menerangkan dengan baik variabel dependennya. Berdasarkan hasil analisis dapat

diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,460 yang berarti variabilitas variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 46,0%. Hal ini berarti variabel-variabel independen meliputi faktor sosial, faktor budaya dan faktor psikologi mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan dompet virtual sebesar 46,0% sedangkan sisanya sebesar 54% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Analisis Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan

Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memiliki nilai $1,526 < t \text{ tabel } (1,960)$ dengan nilai probabilitas sebesar 0,128 berarti lebih besar dari 0,05 maka diterima. Yang artinya faktor sosial tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi responden atas faktor sosial kurang baik Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden atas minat menggunakan dompet virtual rendah.

Hasil dari penelitian ini sesuai/berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiki Joesyana.³ Dimana faktor sosial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini didukung teori yang dikemukakan Kotler dan Amtrong yaitu tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status konsumen, faktor-faktor ini berpengaruh pada tanggapan konsumen.⁴

2. Analisis Pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memiliki nilai $5,384 > t$ tabel (1,960) dengan nilai

³ Joesyana, Kiki. 2017, ‘‘Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk Tata Rias Wajah Import’’, *Akademi Sekretari dan Manajemen Persada Bunda*. Vol.3, No.2, 2017, hal.2018.

⁴ Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2006, ‘‘Prinsip-prinsip Pemasaran’’, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan: Bob Sbaran, M.M, Jakarta: Erlangga.

probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka ditolak. Yang artinya faktor budaya berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi responden atas faktor budaya sudah baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden atas minat menggunakan dompet virtual tinggi.

Hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mercy.⁵ Dimana faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil dari penelitian ini didukung teori yang dikemukakan Kotler yaitu kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk

⁵ Mercy,2014, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Handphone merek Nokia di Kota Padang", *Journal of Economic and Economic Education*. Vol.2 No.2. 2014, hal.179.

mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya.⁶

3. Analisis Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Mahasiswa

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel faktor psikologis memiliki nilai $5,511 > t$ tabel (1,960) dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari 0,05 maka ditolak. Yang artinya faktor psikologi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan dompet virtual.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi responden atas faktor psikologi sudah baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden atas kan dompet virtual tinggi.

Hasil dari penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Surya Destian⁷. Dimana faktor sosial

⁶ Kotler, Philip, 2005, "Manajemen Pemasaran", Jilid 1 dan 2, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

⁷ Destian, Surya. 2017, "Pengaruh Perilaku Konsumen (Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis) terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Situs Modifikasi.com di Kota Bandung", *Proceeding of Management*, Vol.4, No.3. 2017, hal.2434

berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang dikemukakan dalam penelitian ini didukung teori yang dikemukakan oleh Kotler yaitu faktor psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan tempat tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.⁸

⁸ Kotler, Philip, 2005, "Manajemen Pemasaran", Jilid 1 dan 2, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.