



PENGARUH KEMAMPUAN FINANSIAL, SIKAP HEDONISME, DAN EFISIENSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TRANSAKSI CASHLESS

Putri Winda Aprilia¹

Rahmat Agus Santoso²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: windawindy16@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: ra_santoso@umg.ac.id

Abstrak

Metode transaksi yang dahulu digunakan masyarakat adalah dengan penggunaan uang tunai, saat ini dengan perkembangan teknologi memunculkan metode transaksi baru. perkembangan teknologi memiliki pengaruh terhadap pola perilaku dan kebiasaan yang ada dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel kemampuan finansial, sikap hedonisme, dan efisiensi terhadap keputusan penggunaan transaksi cashless pada generasi Z dikota Gresik. Metode pada penelitian ini dengan pendekatan analisis linear berganda dengan alat analisis (Partial Least Square) PLS. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 120 responden. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa kemampuan finansial, sikap hedonisme, dan efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi cashless pada generasi Z dikota Gresik.

Kata Kunci: Kemampuan Finansial, Hedonisme, Efisiensi, Cashless

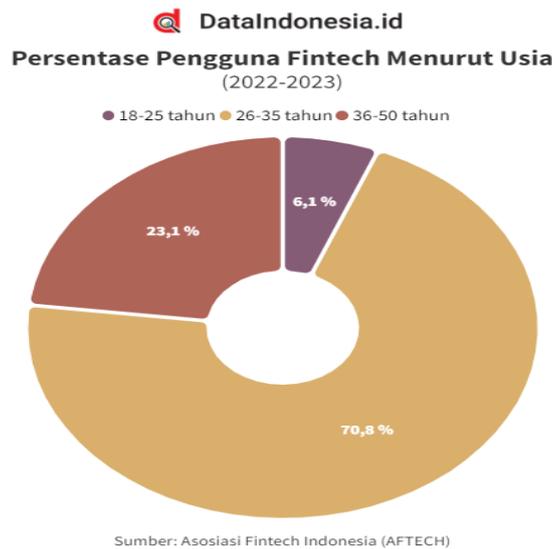
Abstract

The transaction method that was used by the community was the use of cash, now with the development of technology raises new transaction methods. The development of technology has an influence on the patterns of behavior and habits that exist in society. This study aims to examine the influence of variables of financial capability, hedonism, and efficiency on the decision to use cashless transactions in generation Z in Gresik city. The method in this study is with a multiple linear analysis approach with an analysis tool (Partial Least Square) PLS. The number of respondents used was 120 respondents. The results of this study stated that financial capability, hedonism, and efficiency had a positive and significant effect on the decision to use cashless transactions in generation Z in Gresik city.

Keywords: Financial Capability, Hedonism, Efficiency, Cashless

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia saat ini dibandingkan dengan zaman dulu tentu sangat signifikan. Seperti yang dapat dirasakan pada saat ini perkembangan teknologi memiliki pengaruh terhadap pola perilaku dan kebiasaan yang ada dalam masyarakat. Metode transaksi yang dahulu digunakan adalah dengan penggunaan uang tunai, saat ini dengan perkembangan teknologi memunculkan metode transaksi baru dengan suatu aplikasi dompet digital. Menggunakan metode transaksi berbasis aplikasi disebut juga transaksi *cashless* atau transaksi non-tunai. Metode transaksi secara *cashless* ini mempermudah masyarakat dalam bertransaksi apapun, karena fleksibilitas dan kemudahannya. Pengaruh perkembangan seperti ini akan berimbas pada pemenuhan saya hidup generasi saat ini (Firmansyah & Susanti, 2023).



Gambar 1. Presentase Pengguna *Fintech* Menurut Usia
 Sumber: dataindonesia.id, 2023

Berdasarkan laporan Asosiasi Fintech Indonesia (Aftech), pengguna teknologi finansial (*fintech*) di Indonesia pada umumnya berasal dari kalangan individu. Hal ini disampaikan berdasarkan 42,7% perusahaan *fintech* yang disurvei. Menurut usianya, 70,8% pengguna utama fintech berada di rentang umur 26-35 tahun. Sebanyak 23,1% pengguna utama fintech berusia sekitar 36-50 tahun. Kemudian, proporsi pengguna utama fintech di tanah air yang berusia 18 -25 tahun sebanyak 6,1%. Berdasarkan pendapatannya, sebanyak 41,5% pengguna utama fintech di Indonesia paling banyak memiliki gaji Rp5 juta - Rp10 juta. Lalu, proporsi pengguna utama fintech dengan pendapatan Rp2,5 juta - Rp5 juta sebanyak 20% (F. S. Pratiwi, 2023).

Generasi milenial dan generasi Z termasuk generasi yang tumbuh dengan kondisi zaman yang berkembang dalam teknologi informasi. Mereka sudah terbiasa dengan penggunaan media elektronik seperti dompet digital, kartu kredit atau debit, *mobile banking* dalam kehidupannya (Rif'ah, 2019). Pada tahun 2019 – 2022 adanya kondisi covid-19 membuat hal positif bagi pertumbuhan atau penggunaan dompet digital maupun teknologi finansial lainnya. Peningkatan penggunaan ini dapat dikaitkan dengan adanya transaksi secara *cashless* pada saat berbelanja di *e-commerce*. Kebiasaan tersebut membuat masyarakat menjadi lebih nyaman dalam bertransaksi secara *cashless* atau dompet digital (Ali & Purwandi, 2017). Adanya dompet digital, maupun kartu debit atau kredit, serta *mobile banking* membuat masyarakat lebih mengetahui sistem pembayaran secara *cashless* yang lebih praktis, lebih aman, serta dapat menguntungkan.



Gambar 2. Data Nilai Transaksi Uang Elektronik periode 2020-2022
 Sumber: dataindonesia.id, 2023

Bank Indonesia (BI) mengatakan, hingga Desember 2022, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp142,97 triliun. Dibandingkan bulan sebelumnya yang sebesar Rp132,41 triliun, naik 7,98%. (Mustajab, 2023). Menurut Bank Indonesia, penerimaan dan preferensi masyarakat terhadap pembelian online bertepatan dengan pertumbuhan transaksi e-money di Indonesia. *Snapchart*, sebuah bisnis riset berbasis aplikasi, melaporkan bahwa model transaksi paling populer sebesar 28% digunakan sebagai transaksi ritel, kemudian sebesar 27% digunakan sebagai pemesanan pada transportasi, dan sebesar 20% biasanya digunakan untuk pemesanan *online*. Selain itu sisanya sebesar 7% biasanya penggunaannya sebagai memenuhi tagihan sedangkan 15% nya digunakan untuk transaksi untuk pada *e-commerce* (Supriyanto, 2019).

Perilaku yang ditampilkan oleh seseorang yang memilih untuk membeli dan memanfaatkan suatu barang atau jasa disebut sebagai teori perilaku konsumen (Tjiptono, 2019). Konsumen baik itu untuk pengguna layanan jasa atau barang akan mengambil keputusan ketika merasa tertarik atau merasa bahwa mereka merasa nyaman dengan produk atau layanan tersebut. Perilaku konsumen dengan penggunaan transaksi secara elektronik tentu tidak luput dari faktor generasi Z tersebut. Kemampuan finansial generasi Z merupakan salah satu faktor akan terjadinya transaksi secara *cashless*. Kemampuan finansial seseorang akan mempengaruhi pada minatnya menggunakan layanan *cashless*, ketika kemampuan finansial semakin tinggi artinya individu tersebut memiliki uang yang tinggi (Ndraha, 2019). Pengelolaan keuangan juga memiliki kaitan dalam kemampuan finansial. Pengelolaan keuangan adalah tindakan yang dapat dilakukan seseorang dalam membantu mereka untuk perencanaan, pengendalian dalam pengelolaan keuangannya (Santoso & Handayani, 2018:16). Salah satu bentuk keberhasilan dalam hidup adalah ketika mampu untuk mengelola keuangan (Fatimah & Susanti, 2018). Salah satu metode pengganti menghemat uang untuk transaksi *cashless* adalah penggunaan dompet digital. Untuk mengatur keuangannya sendiri, sebagian generasi Z perlu memiliki uang saku sendiri, yang bisa mereka peroleh dari orang tua dan sumber pendapatan mereka sendiri. Kemampuan finansial terbukti memberikan manfaat dan dampak besar terhadap penggunaan transaksi *cashless* (Kamil, 2020; Firmansyah & Susanti, 2023). Namun hal ini tidak sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh (Azirah, 2018) dan (Indahyani & Dewi, 2021) yang mengatakan bahwa kemampuan finansial tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan uang elektronik.

Perkembangan teknologi saat ini tentu akan memiliki pengaruh terhadap gaya hidup atau sikap seorang individu dalam memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumtif adalah pola konsumsi barang dan jasa yang tidak berguna secara berlebihan dan impulsif. Menurut (Kaniska, 2023), transaksi non-tunai, kenyamanan aplikasi belanja online, tekanan teman sebaya, gaya hidup, dan literasi keuangan merupakan beberapa variabel yang mempengaruhi perilaku pelanggan. Perilaku individu yang ketika memiliki kemampuan finansial yang tinggi makan akan menimbulkan pula sikap konsumtif jika tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah & Susanti, 2023) dan penelitian yang dilakukan oleh (S. N. Fatimah & Fathihani, 2023) juga menyatakan bahwa *lifestyle* hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaannya pada transaksi *cashless*. Sedangkan penelitian (Kariim, 2022) dan (T. Y. Pratiwi, 2023) mengatakan bahwa motivasi hedonisme tidak berpengaruh terhadap penggunaan fintech.

Pola perkembangan zaman serta kemudahan atau efisiensi yang dirasakan masyarakat terhadap perkembangan sistem dalam bertransaksi antar sesama tentu sangat dirasakan. Transaksi secara elektronik kini sudah menjadi pilihan masyarakat untuk melakukan pemenuhan kebutuhannya karena merasa lebih nyaman. Kondisi ekonomi dimana masyarakat mulai terbiasa menggunakan metode transaksi secara *cashless* diartikan sebagai *cashless society*. Keunggulan transaksi *cashless* dijelaskan pada Surat Menteri Dalam Negeri Nomor 910/1867/SJ dan sejalan dengan Peraturan Presiden tahun 2016 tentang pencegahan korupsi. Peraturan tersebut antara lain mendorong akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan daerah, menghentikan penyebaran uang palsu, mengurangi belanja negara, memperlambat laju inflasi, mencegah transaksi gelap (korupsi), mempercepat perputaran uang dalam perekonomian, dan menerapkan peraturan perundang-undangan. sistem yang teratur dalam mengelola uang tunai. Menurut (Kurnianingsih, 2020) dan (Susanti & Febriyantoro, 2021) dalam penelitiannya menyebutkan efisiensi memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Namun (Dwijayanti et al., 2022) pada penelitiannya menyebutkan bahwa efisiensi dalam menggunakan *e-money* tidak berpengaruh pada *cashless society*.

Dari latar belakang penelitian terdahulu dan gambaran perbedaan hasil, maka peneliti ingin menganalisis lebih lanjut keputusan penggunaan transaksi secara *cashless* pada generasi Z di kota

Gresik. Tujuan lainnya yaitu untuk mengetahui latar belakang generasi milenial maupun generasi Z pengguna transaksi secara *cashless* faktor apa yang mempengaruhi mereka. Sehubungan dengan itu, Olivia Samosir, *Research Director, Customer Experience, IPASOS Indonesia*, mengungkapkan dalam media katadata.com (2023) bahwa penelitiannya menunjukkan bahwa hingga 68% pengguna pembayaran elektronik adalah generasi muda (Z dan milenial).

KAJIAN PUSTAKA

Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen biasanya berfokus pada pemikiran dan perilaku individu untuk menyoroti proses konsumsi yang dilalui konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. (Tjiptono, 2019). Perilaku konsumen terhadap keputusan penggunaan *cashless* dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencakup aspek ekonomi, sosial, teknologi, dan psikologis.

Kemampuan Finansial

Menurut (Kamil, 2020) Kemampuan merupakan kesanggupan seseorang dalam melakukan berbagai aktivitas di tempat kerja (Hailwood, 2007:37) menegaskan bahwa literasi keuangan berdampak pada kemampuan masyarakat dalam menabung, meminjam, berinvestasi, dan mengelola uangnya. Kompetensi keuangan, di sisi lain, menekankan kemampuan untuk memahami dan menerapkan ide-ide dasar ekonomi dan keuangan secara efektif. Kepemilikan uang tunai seseorang meningkat seiring dengan peningkatan kapasitas keuangannya, seperti yang diungkapkan (Azirah, 2018). Dari situlah, memanfaatkan uang elektronik agar transaksi penjualan menjadi mudah dan nyaman bisa menjadi pilihan bijak. Jadi, kemampuan finansial seseorang mengacu pada kapasitasnya dalam memecahkan masalah dan mengelola uang, apa pun sumber pendapatannya, yang mencakup penilaian bagaimana kondisi keuangan memengaruhi keputusannya untuk membeli produk tertentu dan cara mereka memilih untuk menggunakannya. Variabel kemampuan finansial indikatornya menurut (Hana & Kusumawati, 2020) berikut ini:

Tabel. 1 Operasionalisasi Variabel Kemampuan Finansial

No	Indikator	Pernyataan
1	Pendapatan	Pendapatan satu bulan mampu untuk mengisi ulang uang elektronik (X1_1)
		Pendapatan yang dimiliki mampu untuk mendukung melakukan transaksi <i>cashless</i> (X1_2)
		Semakin tinggi pendapatan semakin mendukung untuk melakukan transaksi <i>cashless</i> (X1_3)
2	Mengelola Keuangan	Pengetahuan pengelolaan keuangan mampu untuk mempengaruhi keputusan bertransaksi secara <i>cashless</i> (X1_4)
		Pengalaman pengelolaan keuangan yang baik mempengaruhi terhadap penggunaan transaksi <i>cashless</i> (X1_5)

Sumber: Data diolah, 2023

Sikap Hedonisme

Gaya hidup seseorang menurut (Sunyoto, 2015:13) adalah cara mereka menghabiskan waktu, hal-hal yang penting bagi mereka di lingkungan sekitar, dan cara berpikir baik tentang diri sendiri maupun dunia di sekitar mereka. Hedonisme adalah keyakinan bahwa mengejar kesenangan adalah tujuan akhir dari keberadaan dan bahwa orang bertindak tanpa memikirkan tindakannya terlebih dahulu (Firmansyah & Susanti, 2023). (Putri et al., 2022) gaya hidup hedonis yang begitu umum memang bisa berdampak buruk, namun para pebisnis juga bisa mencari peluang di dalamnya. Hedonisme ini diakibatkan oleh konsumsi produk dan jasa yang diinginkan tanpa memperhitungkan keuntungan atau kegunaannya dalam jangka panjang. Pilihan berpakaian hedonistik para model menunjukkan adanya pergeseran gaya hidup ke arah trend, aksesori, dan hal-hal yang tidak selalu diperlukan untuk tugas sehari-hari (Hafsyah, 2020) Sikap hidup hedonis tentu akan ada hubungan dengan transaksi secara *cashless*. Menurut (Firmansyah & Susanti, 2023) indikator variabel ini adalah:

Tabel. 2 Operasionalisasi Variabel Sikap Hedonisme

No	Indikator	Pernyataan
1	Pembelian impulsif	Membeli produk karena sedang trend (X2_1)
		Dalam sebulan melakukan transaksi <i>cashless</i> lebih dari 5 kali dalam pembelian produk (X2_2)
2	Pembelian tidak rasional	Melakukan pembelian produk secara <i>cashless</i> berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan (X2_3)
		Membeli produk sebagai bentuk ekspresi pada diri anda (X2_4)

Sumber: Data diolah,2023

Efisiensi

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan efisiensi sebagai ketersediaan, ketepatan, dan ketepatan waktu dalam menjalankan segala sesuatu (tanpa membuang waktu, tenaga, dan uang). Efisiensi atau kemudahan penggunaan diartikan sebagai keyakinan seseorang bahwa mereka tidak perlu mengerahkan upaya apa pun jika menggunakan teknologi tertentu. Efisiensi yaitu proses mengambil keputusan pada keadaan yang sulit pada kondisi tertentu (Kamil, 2020). Bekerja efisien diartikan sebagai menggunakan waktu, tenaga, dan usaha sesedikit mungkin (Fadhillah, 2023). Ketika melakukan kegiatan dengan cara yang tidak rumit dan menggunakan alat yang memfasilitasi penyelesaian tugas sekaligus mengurangi pergerakan dan konsumsi energi, seseorang mungkin dianggap produktif dan mencapai hasil yang baik. Kepraktisan metode transaksi yang berbasis teknologi adalah efisiensi pada sistem pembayaran. Efisiensi dapat diukur dengan indikator (Mulyadi, 2007):

Tabel. 3 Operasionalisasi Variabel Efisiensi

No	Indikator	Pernyataan
1	Hemat Segi Uang	Menggunakan transaksi secara <i>cashless</i> dapat meminimalkan biaya operasional (X3_1)
		Menggunakan transaksi <i>cashless</i> membuat pengeluaran lebih terkontrol (X3_2)
		Menggunakan transaksi <i>cashless</i> membuat transaksi akan tercatat secara terperinci (X3_3)
2	Hemat Segi Waktu	Dengan menggunakan transaksi <i>cashless</i> pembayaran lebih praktis tanpa harus mengantri lama (X3_4)
		Transaksi secara <i>cashless</i> mempermudah kehidupan sehari – hari (X3_5)

Sumber: Data diolah,2023

Keputusan Penggunaan

Memilih produk atau layanan untuk digunakan adalah proses pengambilan keputusan penggunaan. Pilihan konsumen tentang bagaimana menggunakan produk diwujudkan dalam bentuk sikap. Mengenai pendapat individu atau sekelompok orang (organisasi) yang akan memutuskan penggunaan produk, layanan sesuai dengan kebutuhannya menurut (Amstrong et al., 2015) dalam (Fadhillah, 2023). Kementerian Dalam Negeri Negeri No. 910/1867/SJ tentang Penyelenggaraan Transaksi Non-Tunai menyatakan bahwa pembayaran non tunai diartikan sebagai transaksi keuangan yang dilakukan melalui sarana elektronik, seperti ATM, kartu debit, kartu kredit, atau perangkat berteknologi tinggi, daripada memanfaatkan uang kartel seperti giro dan cek. (Basle, 1996). Transaksi secara digital menurut (Rizkiyah et al., 2021) dalam (Candrakanta, 2023) adalah kegiatan pemrosesan pembayaran yang menggunakan media elektronik untuk menyampaikan konsep bahwa transaksi nontunai lebih aman dan nyaman. Keputusan Penggunaan dapat diukur dengan indikator (Firmansyah & Susanti, 2023):

Tabel. 4 Operasionalisasi Variabel Keputusan Penggunaan

No	Indikator	Pernyataan
1	Alternatif	Memilih penggunaan <i>cashless</i> karena sistem yang mudah dipahami (Y_1)
2	Keamanan	Pembayaran menggunakan <i>cashless</i> menghindari transaksi uang palsu (Y2_1) Pembayaran menggunakan <i>cashless</i> terjaga kerahasiaannya (Y2_2)

Sumber: Data diolah,2023

HIPOTESIS

Hubungan antara Kemampuan Finansial dengan Keputusan Penggunaan *Cashless*

Kemampuan menangani dan menyelesaikan permasalahan keuangan seseorang dikenal dengan istilah kemampuan finansial. Kemampuan finansial ini berasal dari pendapatan maupun uang saku. Keadaan keuangan seseorang yang mempengaruhi bagaimana mereka memilih menggunakan uang elektronik. Semakin banyak uang yang disimpan secara langsung akan berdampak, semakin tinggi atau rendah penggunaan transaksi *cashless* yang dilakukan oleh seseorang. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan finansial seseorang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *cashless*.

H₁: kemampuan finansial berpengaruh positif terhadap keputusan untuk penggunaan transaksi *cashless*.

Hubungan antara Efisiensi dengan Keputusan Penggunaan *Cashless*

Pelanggan akan mempertimbangkan untuk menggunakan suatu sistem jika sistem tersebut efisien, karena hal ini dapat berdampak pada seberapa baik sistem tersebut digunakan. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan adalah efisiensi dari segi uang, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu, seseorang akan menggunakan teknologi jika menurutnya teknologi itu mudah digunakan. Dengan demikian, variabel efisiensi ini menunjukkan bahwa suatu sistem dimaksudkan untuk mempermudah penggunaannya daripada mempersulitnya. Maka dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara efisiensi dengan keputusan penggunaan transaksi *cashless*.

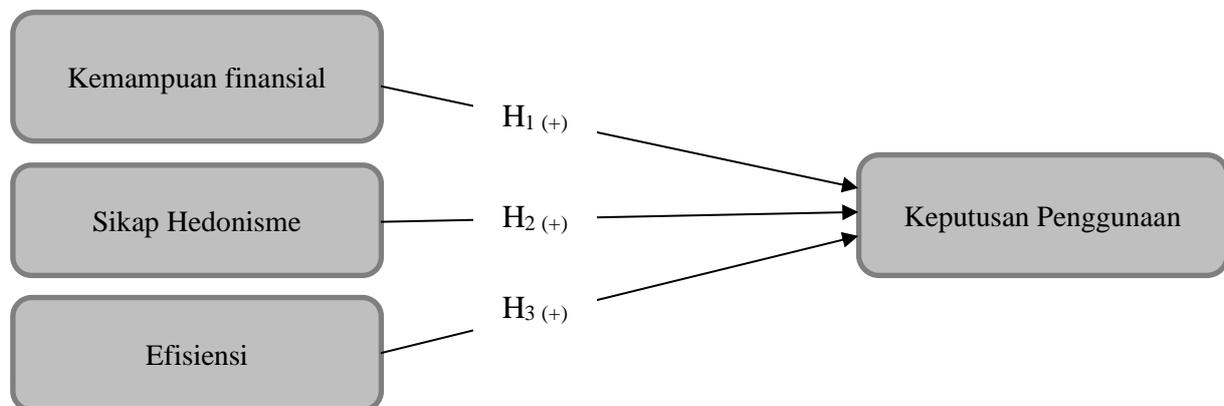
H₂ : Sikap Hedonisme berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless*

Hubungan antara Sikap Hedonisme dengan Keputusan Penggunaan *Cashless*

Penggunaan metode pembayaran *cashless* juga dapat memicu perilaku konsumen sehingga mengarah pada konsumerisme ketika kelebihan metode pembayaran *cashless* ini keparas dan tidak terkendali. Hal ini berarti, khususnya di kalangan milenial maupun generasi Z, sikap hedonisme dapat berdampak pada keputusan untuk melakukan transaksi *cashless*.

H₃: Sikap hedonisme berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless*

Berikut adalah kerangka konseptual dari penelitian ini,



Gambar 3. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah variabel kemampuan finansial, sikap hedonisme, dan efisiensi terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless*.

Metode Pengumpulan Data

Peneliti melakukan penelitian di kota Gresik dengan berfokus pada generasi Z yang sedang menggunakan atau pernah memanfaatkan transaksi secara *cashless*. Pengumpulan data primer dikumpulkan secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden dan sesuai kriteria.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini populasinya adalah generasi Z yang pernah memanfaatkan atau sedang menggunakan transaksi *cashless* yang berada di kota Gresik. Populasi yang ditemukan sebanyak 120 responden. Penentuan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan sampel jenuh yang dimana dari semua 120 responden akan dijadikan data untuk penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Metode kuesioner dalam penelitian ini yang digunakan untuk mengumpulkan datanya. Kuesioner bersifat tertutup dan tersedia secara *online* melalui *g-form*. Pernyataan serta pertanyaan disusun sedemikian rupa sehingga responden hanya dapat memilih satu atau lebih opsi untuk tanggapan mereka.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini, variabel yang digunakan sebagai berikut:

1. Variabel Independen

Variabel independen ini adalah variabel bebas yang ada pada penelitian (Sugiyono, 2022:39). Dimana variabel ini memiliki peran dalam sebab atau akibat terjadinya suatu perubahan. Variabel independen pada penelitian ini adalah kemampuan finansial, sikap hedonisme, dan efisiensi.

2. Variabel Dependen

Variabel ini adalah variabel *output* atau yang menjadi penyebab (konsekuen), variabel ini juga disebut sebagai variabel terikat (Sugiyono, 2022:39). Pada variabel dependen merupakan variabel yang biasanya dipengaruhi atau yang menjadi akibat variabel independen. Pada penelitian ini variabel dependennya yaitu keputusan penggunaan.

Teknik Analisis Data

Pengelompokan data berdasarkan variabel, menampilkan data, serta melakukan perhitungan untuk melakukan suatu uji hipotesis pada penelitian disebut sebagai analisis data (Sugiyono, 2022:147). Penelitian ini dalam teknik analisis datangan menggunakan metode analisis linear berganda dengan alat analisisnya PLS (*Partial Least Square*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 5. Karakteristik Responden

NO	Klasifikasi	Jumlah (Orang)
1.	Jenis Kelamin	
	Perempuan	75
	Laki-Laki	45
2.	Umur	
	18 - 21 tahun	53
	22 – 25 tahun	67
3.	Berdomisili di Gresik	120
4.	Pendapatan atau Uang Saku	

Rp20.000 – Rp50.000	26
Rp51.000 – Rp100.000	32
Rp101.000 – Rp500.000	39
Rp501.000 – Rp1.000.000	18
>Rp1.000.000	5
5. Pernah Melakukan Transaksi <i>Cashless</i>	120
Total	120

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel karakteristik responden dapat diketahui bahwa berdasarkan jenis kelaminnya menunjukkan pengguna transaksi *cashless* terbanyak adalah perempuan mendominasi dengan jumlah 75 orang. Selanjutnya, berdasarkan umur, sebagian besar responden berusia 22 hingga 25 tahun, dan berdasarkan pendapatan atau uang saku, sebagian besar responden adalah Rp101.000 hingga Rp500.000. Dari 120 responden semua berdomisili di kota Gresik.

Analisis Statistik Deskriptif

Gambaran atau deskriptif data yang dilihat dari nilai mean, median, standar deviasi, maksimum, dan minimum diberikan melalui analisis statistik deskriptif (Ghozali, 2014:39). Tetapkan interval kelas sebelum mencoba mengidentifikasi kategori setiap indikator. *Range* untuk kategori interpretasi selanjutnya dapat diatur seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Skala Penafsiran Nilai Indikator

No	Interval Nilai	Penafsiran
1	0 < 1,00	Sangat Tidak Setuju
2	1,00 < 2,00	Tidak Setuju
3	2,00 < 3,00	Kurang Setuju
4	3,00 < 4,00	Setuju
5	4,00 < 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Ghozali, 2014:39

Nilai rata-rata setiap variabel kemudian dihitung berdasarkan nilai kategori yang disebutkan di atas, dan hasilnya disesuaikan dengan kategori yang sesuai pada tabel interpretasi di atas.

Statistik Deskriptif Variabel Kemampuan Finansial

Tabel 3. Statistik Deskriptif Kemampuan Finansial

No	Indikator	N	Min	Max	Mean
1	X1_1	120	1,00	5,00	3,95
2	X1_2	120	1,00	5,00	3,95
3	X1_3	120	1,00	5,00	4,09
4	X1_4	120	1,00	5,00	4,21
5	X1_5	120	1,00	5,00	4,26
Rata - Rata					4,09

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel statistik deskriptif pada variabel kemampuan finansial maka dapat diketahui pada variabel kemampuan finansial sudah baik karena memiliki nilai rata-rata sebesar 4,09 atau dalam predikat sangat setuju. Maka dari situ dapat diketahui pula bahwa sebagian besar responden mengatakan bahwa baik pendapatan maupun uang saku serta kemampuan dalam pengelolaan keuangan ini sudah mewakili dengan sangat baik pada variabel ini.

Statistik Deskriptif Variabel Sikap Hedonisme**Tabel 4.** Statistik Deskriptif Sikap Hedonisme

No	Indikator	N	Min	Max	Mean
1	X2_1	120	1,00	5,00	3,60
2	X2_2	120	1,00	5,00	3,15
3	X2_3	120	1,00	5,00	3,49
4	X2_4	120	1,00	5,00	3,83
Rata - Rata					3,52

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel statistik deskriptif variabel sikap hedonisme dapat dilihat bahwa variabel sikap hedonisme sudah baik karena nilai rata-ratanya sebesar 3,52 atau dalam predikat setuju. Hal tersebut berarti sebagian besar responden mengatakan bahwa gaya hidup hedonisme yang berkaitan dengan perilaku individu dalam melakukan transaksi berbelanja ataupun pembelian yang hanya berdasarkan keinginan sudah baik untuk mewakili dalam variabel ini.

Statistik Deskriptif Variabel Efisiensi**Tabel 5.** Statistik Deskriptif Efisiensi

No	Indikator	N	Min	Max	Mean
1	X3_1	120	1,00	5,00	4,31
2	X3_2	120	1,00	5,00	4,37
3	X3_3	120	1,00	5,00	4,02
4	X3_4	120	1,00	5,00	4,12
5	X3_5	120	1,00	5,00	4,13
Rata - Rata					4,19

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel hasil statistik deskriptif variabel efisiensi maka dapat diketahui bahwa pada variabel efisiensi sudah baik karena memiliki nilai rata-rata sebesar 4,19 atau dalam predikat yang sangat setuju. Maka dari hal tersebut dapat diketahui sebagian dari responden menyetujui bahwa efisiensi yang berkaitan dengan kegiatan transaksi *cashless* disini baik dari segi biaya oprasionalnya maupun efisiensi pada waktu serta manfaat yang dirasakan dari sistem transaksi secara *cashless* sudah sangat baik.

Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan**Tabel 6.** Statistik Deskriptif Keputusan Penggunaan

No	Indikator	N	Min	Max	Mean
1	Y1_1	120	1,00	5,00	4,33
2	Y2_1	120	1,00	5,00	4,18
3	Y2_2	120	1,00	5,00	4,42
Rata - Rata					4,31

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari tabel hasil statistik deskriptif variabel keputusan penggunaan sudah baik karena nilai rata-ratanya sebesar 4,19 atau dalam predikat sangat setuju. Maka dari hal tersebut dapat diartikan bahwa sebagian responden mengatakan bahwa keputusan penggunaan yang berkaitan dengan alternatif yang dirasakan, rasa aman yang dirasakan oleh pengguna transaksi secara *cashless* sudah sangat baik.

Analisis Outer Model

Pengukuran *outer model* merupakan teknik analisis data untuk dapat mengetahui validitas dan realibilitas indikator model.

**Hasil Uji Validitas
Convergent Validity**

Model pengukuran untuk menilai reliabilitas dan validitas model. Pengaruh *factor loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)* dapat digunakan untuk analisis pengujian ini (P Panca et al., 2017).

Loading Factor

Tabel 7. Hasil dari *Loading Factor Convergent Validity*

Indikator	Variabel	Outer Loading	
Kemampuan Finansial	Pendapatan	X1_1	0.736
		X1_2	0.804
		X1_3	0.746
	Mengelola Keuangan	X1_4	0.806
		X1_5	0.740
Sikap Hedonisme	Pembelian impulsif	X2_1	0.707
		X2_2	0.726
	Pembelian tidak rasional	X2_3	0.769
		X2_4	0.802
Efisiensi	Hemat dari segi waktu	X3_1	0.779
		X3_2	0.844
		X3_3	0.751
	Hemat dari segi uang	X3_4	0.861
		X3_5	0.836
Keputusan Penggunaan	Keamanan	Y1_1	0.924
	Alternatif	Y2_1	0.895
		Y2_2	0.879

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Dari hasil pada tabel *loading factor convergent validity* tidak ada indikator variabel yang memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0,7. Maka dari hasil itu semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini dianggap layak atau valid untuk digunakan dalam penelitian dan bisa digunakan untuk analisis lebih lanjut.

AVE (Average Variance Extracted)

Tabel 8. Hasil nilai AVE

Variabel	AVE
Kemampuan Finansial	0.589
Sikap Hedonisme	0.589
Efisiensi	0.664
Keputusan Penggunaan	0.809

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Hasil tabel pengolahan data nilai AVE pada variabel kemampuan finansial, sikap hedonisme, efisiensi, dan keputusan penggunaan semuanya memiliki nilai > 0,5, yang berarti bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai yang baik.

Discriminant Validity

Ini adalah model pengukuran yang dapat dilihat dari nilai *crossloading* maupun *forne-lucker criterion*, ketika nilai korelasi antar konstruk dengan item pengukuran lainnya lebih tinggi maka artinya pengukuran blok tersebut lebih baik daripada variabel lainnya (Jordi & Prabantoro, 2021).

Cross Loading**Tabel 9.** Nilai hasil *Cross Loading Discriminant Validity*

	Efisiensi	Kemampuan Finansial	Keputusan Penggunaan	Sikap Hedonisme
X1_1	0.468	0.736	0.402	0.196
X1_2	0.556	0.804	0.551	0.344
X1_3	0.566	0.746	0.566	0.486
X1_4	0.496	0.807	0.524	0.251
X1_5	0.497	0.740	0.569	0.292
X2_1	0.401	0.358	0.380	0.714
X2_2	0.319	0.228	0.372	0.751
X2_3	0.511	0.341	0.536	0.795
X2_4	0.467	0.350	0.479	0.805
X3_1	0.779	0.588	0.538	0.462
X3_2	0.844	0.633	0.651	0.473
X3_3	0.751	0.508	0.546	0.453
X3_4	0.861	0.532	0.620	0.412
X3_5	0.836	0.508	0.709	0.499
Y1_1	0.729	0.644	0.923	0.546
Y2_1	0.670	0.583	0.896	0.578
Y2_2	0.643	0.636	0.878	0.457

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Hasil dari tabel output nilai *cross loading discriminant validity* menunjukkan bahwa nilai dari *cross loading* masing-masing variabel lebih besar dari nilai *cross loading* lainnya. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel kemampuan finansial, sikap hedonisme, efisiensi, dan keputusan penggunaan dinyatakan valid.

Formell Lacker Criterion**Tabel 10.** Hasil nilai pada *Formell Lacker Criterion*

	Efisiensi	Kemampuan Finansial	Keputusan Penggunaan	Sikap Hedonisme
Efisiensi	0.815			
Kemampuan Finansial	0.677	0.767		
Keputusan Penggunaan	0.758	0.690	0.899	
Sikap Hedonisme	0.564	0.419	0.587	0.767

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Dari tabel hasil nilai pada *forner-lucker criterion* dapat diketahui untuk setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai variabel lainnya. Untuk itu *discriminant validity* pada penelitian ini dinyatakan baik.

HASIL UJI REABILITAS**Composite Realibility dan Croncbach's Alpha**

Composite realibility pada penelitian merupakan indikator dalam pengukuran suatu konstruk yang dimana dengan mehat nilai *vie variabel latent variable coefficients*. Sedangkan uji reabilitas

digunakan untuk memperkuat dari nilai *composite reability* adalah dengan melihat nilai pada *cronchbach's alpha* (Kusumawati, 2018).

Tabel 11. Nilai *Composite Reliability* dan *Croncbach's Alpha*

	<i>Composite Reability</i>	<i>Croncbach's Alpha</i>
Kemampuan Finansial	0.877	0.826
Sikap Hedonisme	0.851	0.769
Efisiensi	0.908	0.873
Keputusan Penggunaan	0.927	0.882

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Dari tabel hasil nilai pengukuran *composite reability* dan *cronchbach's alpha* diatas dapat diketahui bahwa untuk semua variabel memiliki nilai *composite reabilitynya* berada > 0,70, serta pada nilai *cornbach's alphanya* juga memiliki nilai yang > 0,70. Maka dari output diatas untuk semua variabel dinyatakan valid dan memiliki realibilitas yang tinggi.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Langkah berikutnya dengan melakukan evaluasi pada model struktural dengan melakukan uji model fit (uji kecocokan), uji multikolinearitas, *R Square*, dan *path coeffisient* (koefisien jalur) dengan telah selesainya evaluasi model serta setiap konstruk telah sesuai syarat validitas konvergen, validitas dsikrimina, dan komposit. Menggambarkan keterkaitan atau adanya hubungan antar variabel laten atau konstruk berdasarkan substansi teoritis dengan model internal disebut dengan *inner model* (model struktural) (Ghozali & Latan, 2015).

Uji Model Fit

Tabel 12. Nilai uji model fit

	<i>Satuarted Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0.088	0.088

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Dari tabel output nilai uji model fit dengan melihat nilai SRMR dapat diketahui bahwa memiliki nilai yang berada pada 0.088 yang artinya < 0.10, maka memiliki nilai untuk kecocokan model fit atau dapat dinyatakan baik.

Uji Multikolineritas / VIF

Tabel 13. Hasil uji multikolineritas / nilai VIF

	Nilai VIF
Kemampuan Finansial	1.853
Sikap Hedonisme	1.472
Efisiensi	2.240

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Tabel output uji multikolinearitas dapat dilihat bahwa nilai VIF pada variabel kemampuan finansial, sikap hedonisme, dan efisiensi memiliki nilai yang < 5. Maka dapat dartikan nilai VIF yang < 5 ini tidak terjadi adanya multikolinearitas, sehinggannya antara variabel independen ini tidak terjadi adanya multikolinearitas.

R Square

Tabel 14. Hasil uji *R Square*

Variabel	<i>R Square</i>
Keputusan Penggunaan	0.664

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Tabel output diatas dapat diketahui untuk nilai *R Square* pada penelitian ini adalah 0.664. Hal ini menunjukan bahwa 66.4% variasi atau perubahan untuk keputusan penggunaan transaksi *cashless* dipengaruhi oleh kemampuan finansial, sikap hedonisme, dan efisiensi kemdian sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Maka dari hasil tersebut nilai *R Square* pada penelitian ini untuk variabel keputusan penggunaan dinyatakan baik.

Path Coefficients

Tabel 15. Path Coefficients

	<i>Path Coefficients</i>
Kemampuan Finansial	0.312
Sikap Hedonisme	0.217
Efisiensi	0.425

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023

Dari output diatas untuk variabel kemampuan finansial terdapat pengaruh sebesar 0.312 atau 31,2% erhadap variabe keputusan penggunaan. Kemudian variabel sikap hedonisme terdapat pengaruh sebesar 0,217 atau 21.7% terhadap variabel keputusan penggunaan. Pada variabel efisisensi terdapat pengaruh sebesar 0.425 atau 42.5%.

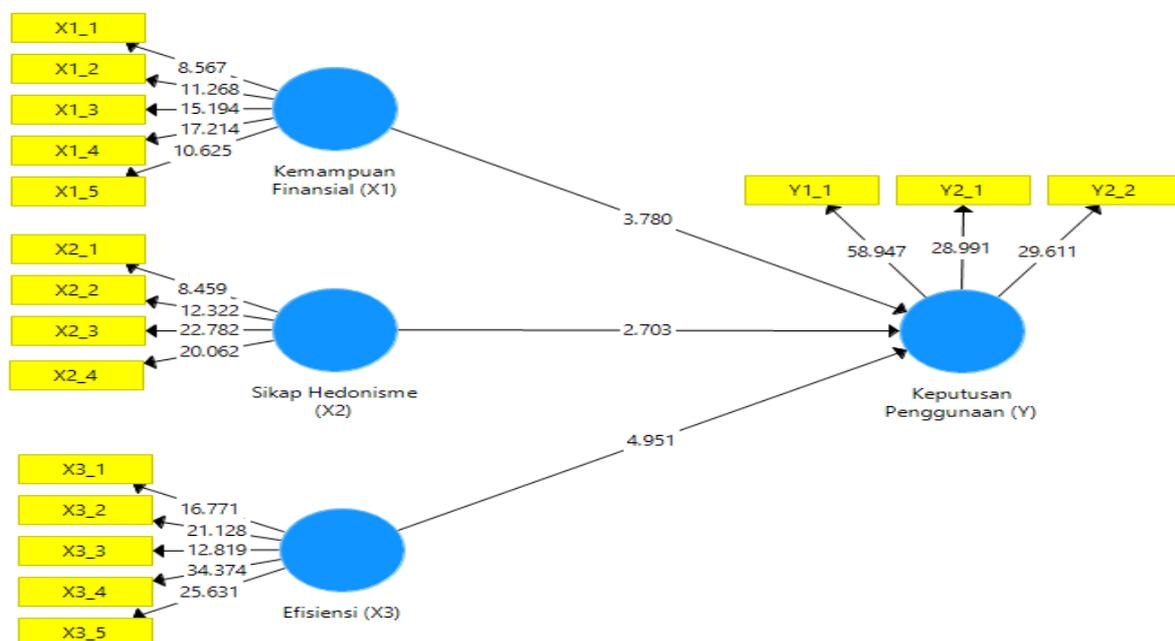
Analisis Uji Hopitesis

Untuk evaluasi model struktural dalam uji hipotesis ini dengan dilihat pada signifikansi hubungan antar konstruk pada nilai *T-Statistics*, ketika nilai *T-Statistics* > 1.96 dapat dinyatakan valid dan ketika variabel nilai *P-Valuenya* < 0.05 juga dapat dinyatakan valid.

Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Pengaruh	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>	Hasil
H1	Kemampuan Finansial => Keputusan Penggunaan	3.780	0.000	Diterima
H2	Sikap Hedonisme => Keputusan Penggunaan	2.703	0.007	Diterima
H3	Efisiensi => Keputusan Penggunaan	4.951	0.000	Diterima

Sumber: Output PLS, data primer diolah 2023



Gambar 4. Hasil Uji T-Statistics antar Variabel

Pada tampilan data output diatas dapat menunjukkan bahwa dari ketiga uji hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini, pada ketiga variabel X yaitu kemampuan finansial (X1), sikap hedonisme (X2), dan efisiensi (X3) dapat diterima. Hal ini karena masing-masing variabel memiliki pengaruh dengan ditunjukkan pada nilai *T-Statistics* nya > 1.96 dan untuk nilai *P-Value* nya < 0.05 .

Maka dapat diartikan untuk variabel kemampuan finansial (X1), H1 diterima karena memiliki nilai *P-Value* sebesar $0.000 < \alpha (0.05)$ yang berarti untuk kemampuan finansial (X1) terdapat pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless* (Y). Pada variabel sikap hedonisme ini juga diterima (H2). Untuk variabel sikap hedonisme (X2) juga terdapat pula pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless* (Y), karena nilai pada *P-Value* sebesar $0.007 < \alpha (0.05)$. Untuk (H3) juga diterima yaitu variabel efisiensi. Hal ini ditunjukkan pada nilai *P-Value* sebesar $0.000 < \alpha (0.05)$ yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless* (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh Kemampuan Finansial Terhadap Keputusan Penggunaan

Terdapat hubungan antara kemampuan finansial dengan keputusan penggunaan transaksi *cashless* yang didapatkan dari hasil studi ini disimpulkan bahwa kemampuan finansial mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pada penggunaan transaksi *cashless*. Hasil ini searah pada beberapa studi yang dilaksanakan oleh (Kamil, 2020) dan (Firmansyah & Susanti, 2023). Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan kemampuan finansial berpengaruh pada keputusan penggunaan transaksi *cashless* positif dan signifikan. Hasil yang terbukti pada penelitian ini tidak sama dengan apa yang dilakukan oleh peneliti (Azirah, 2018) dan (Indahyani & Dewi, 2021) dimana hasil penelitian mereka menyebutkan tidak adanya pengaruh yang mengatakan bahwa kemampuan finansial tidak memiliki pengaruh pada keputusan penggunaan transaksi *cashless*.

Menurut teori pendapatan absolut John Maynard Keynes (1941), tingkat konsumsi dan tabungan individu akan meningkat seiring dengan peningkatan kemampuan keuangannya. Teori tersebut sejalan dengan hasil pada penelitian ini dimana kondisi kemampuan finansial pada pendapatan atau gaji mereka, tingkat konsumsi, dan tabungan mampu mempengaruhi generasi Z dalam kebiasaan untuk melakukan transaksi dari tunai menjadi non tunai (*cashless*).

Hal ini merupakan sinyal yang baik bagi perusahaan pengelola uang elektronik maupun *e-commerce*, maupun UMKM, karena dari kemampuan finansial dapat mempengaruhi akses seseorang terhadap perangkat teknologi, seperti ponsel pintar atau komputer, yang diperlukan untuk menggunakan layanan pembayaran *cashless*. Diperlukan upaya pula bagi perusahaan pengelola uang elektronik, perusahaan yang berhubungan dengan pembayaran *cashless*, maupun UMKM. Bagi Perusahaan dan penyedia layanan pembayaran *cashless* harus memastikan bahwa mereka menyediakan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan generasi Z maupun penggunanya yang lain dengan tingkat kemampuan finansial yang beragam, sedangkan bagi perusahaan *e-commerce*, ataupun UMKM mereka dapat jalin kerja sama dengan lembaga keuangan untuk menyediakan opsi pembayaran atau solusi keuangan yang lebih terjangkau.

Pengaruh Sikap Hedonisme Terhadap Keputusan Penggunaan

Terdapat hubungan antara sikap hedonisme dengan keputusan penggunaan transaksi *cashless* yang didapatkan dari hasil studi ini disimpulkan bahwa sikap hedonisme mampu mempengaruhi keputusan penggunaan transaksi *cashless* secara positif dan signifikan. Penelitian ini selaras dengan studi yang dilaksanakan oleh (Firmansyah & Susanti, 2023) dan penelitian yang dilakukan oleh (S. N. Fatimah & Fathihani, 2023). Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan sikap hedonisme berpengaruh pada keputusan penggunaan transaksi *cashless* dengan positif dan signifikan. Namun hasil dari penelitian ini tidak selaras dengan hasil penelitian (T. Y. Pratiwi, 2023) dan (Kariim, 2022) yang dimana mereka mengatakan bahwa sikap hedonisme tidak berpengaruh terhadap penggunaan *fintech*. Seorang individu yang berbelanja maupun aktivitas lain dengan menggunakan basis teknologi akan mudan untuk melakukan transaksi pula secara non tunai. Manfaat dari transaksi secara online ini juga yang akan memberikan kemudahan selama kegiatan berbelanja maupun yang lainnya, hal ini akan membuat kepuasan tersendiri bagi konsumen yang hedonis.

(Daliyah & Patrikha, 2020) mengklaim bahwa aplikasi *e-money* digunakan untuk transaksi karena jumlah promosi yang ditawarkan, harga yang lebih rendah, dan jumlah *cashback* yang

ditawarkan pada setiap pembelian. Hal tersebut yang mendukung generasi Z untuk berperilaku hedonisme. Perusahaan penyedia pembayaran *cashless* memiliki peluang besar dengan adanya sikap hedonisme generasi Z. Upaya yang dapat dilakukan untuk perusahaan penyedia pembayaran *cashless* dapat berupa memberikan fitur-fitur inovatif dalam aplikasi atau *platform* pembayaran *cashless*. Contohnya, program loyalitas, hadiah-hadiah eksklusif, atau fitur pembayaran satu sentuhan dapat menarik perhatian pengguna yang mencari pengalaman yang unik dan menarik. Hal-hal tersebut akan mendorong generasi Z yang memiliki sikap hedonis untuk semakin mendukung penggunaan *cashless*.

Pengaruh Efisiensi Terhadap Keputusan Penggunaan

Terdapat hubungan antara efisiensi dengan keputusan penggunaan transaksi *cashless* yang didapatkan dari hasil studi ini disimpulkan bahwa efisiensi mampu mempengaruhi keputusan penggunaan transaksi *cashless* secara positif dan signifikan. Hasil ini searah pada beberapa studi yang dilaksanakan oleh (Kurnianingsih, 2020) dan (Susanti & Febriyanto, 2021). Hasil penelitian tersebut juga menunjukkan efisiensi berpengaruh pada keputusan penggunaan transaksi *cashless* dengan positif dan signifikan. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Dwijayanti et al., 2022) mengatakan bahwa efisiensi tidak berpengaruh pada keputusan penggunaan *cashless* maka penelitian tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa ketika responden menggunakan teknologi semacam ini, mereka akan merasa lebih nyaman dan mampu menyelesaikan tugas mereka dengan lebih sedikit usaha. Buktinya sudah cukup karena individu dapat melakukan transaksi dengan cepat dan mudah berkat dompet digital yang terpasang di ponsel cerdas atau mobile banking untuk kartu debit atau kreditnya. Selain itu jika *cashless* digunakan dengan efisien, antrian dan waktu tunggu di kasir atau tempat pembayaran fisik dapat berkurang, meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengurangi waktu yang dihabiskan dalam proses transaksi.

Perusahaan penyedia pembayaran *cashless* dapat lebih mengupayakan untuk dapat menarik semakin banyak masyarakat membiasakan diri dengan menggunakan pembayaran secara *cashless*. Untuk mendorong rasa percaya diri dalam penggunaan *cashless* di masyarakat, perusahaan penyedia perlu mengurangi kesalahan sistem dan memperluas jaringan yang memungkinkan uang elektronik dapat digunakan dimana-mana – tidak hanya di kota-kota besar tetapi juga di kota kecil.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki tujuan yaitu untuk menguji pengaruh dari variabel kemampuan finansial, sikap hedonisme, dan efisiensi terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless* generasi Z. Penelitian ini dilakukan di kota Gresik dengan memperoleh sampel sebanyak 120 responden. Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini variabel kemampuan finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless*. Hasil pengujian untuk variabel sikap hedonisme juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless*. Kemudian untuk variabel efisiensi dari pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless*. Dari penelitian yang dilakukan peneliti mendapatkan temuan yaitu pengguna transaksi *cashless* saat ini di kota Gresik sebagian besar adalah diantara variabel Kemampuan Finansial, Sikap Hedonisme, dan Efisiensi yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan transaksi *cashless* adalah efisiensi. Dimana dalam hal ini pertimbangan generasi Z dalam menggunakan sesuatu adalah berdasar atas keefektifitasan hal tersebut, ketika hal tersebut dirasa memberikan manfaat lebih maka akan mendorong masyarakat untuk menggunakan sesuatu secara terus menerus. Selain efisiensi dari segi kemampuan finansial memiliki pengaruh yang kedua dalam keputusan penggunaan transaksi *cashless* yang berarti kemampuan dalam segi pendapatan atau uang saku serta kemampuan dalam pengelolaan keuangan tidak menjadi faktor utama untuk mendukung pola perilaku dalam bertransaksi secara *cashless*. Sikap hedonisme menjadi variabel yang terakhir untuk dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *cashless* pada gen Z, hal ini berarti sikap hedonisme gen Z tidak memiliki pengaruh paling besar dalam keputusan penggunaan *cashless*.

SARAN

Saran Praktis

Perusahaan-perusahaan penyedia layanan transaksi secara *cashless* dapat melakukan upaya lagi untuk terus mengembangkan segala jenis fitur maupun perlindungannya. Hal ini agar dapat meningkatkan penggunaan transaksi secara *cashless* dan meminilkan transaksi secara tunai. Penurunan transaksi secara tunai juga dapat membantu mengurangi peyebaran transaksi uang palsu.

Saran Teoritis

1. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah responden yang digunakan karena penggunaan transaksi secara *cashless* diperkembangan teknologi saat ini tentu memiliki pengaruh terhadap pengguna transaksi *cashless*.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya bisa mengeksplor variabel literasi keuangan terkait *locus of control* dan perilaku keuangan yang nantinya dapat mempengaruhi keputusan penggunaan dalam bertransaksi secara *cashless*.

REFERENSI

- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *Millennial Nusantara : Pahami Karakternya Rebut Simpatinya* (1st ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Amstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2015). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Azirah, N. (2018). *Pengaruh Kemampuan dan Pengetahuan Finansial Terhadap Presepsi Kemudahan dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Makasar*. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=sph&AN=119374333&site=ehost-live&scope=site%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.07.032%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.tics.2017.03.010%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.neuron.2018.08.006>
- Basle. (1996). Implications For Central Banks Of The Development Of Electronic Money. *Bank for Internasional Settlement, October*, 20.
- Candrakanta, C. (2023). *Pengaruh Kemajuan Teknologi, Literasi Keuangan, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Digital (E-Wallet) Pada Konsumen Chandra Supermarket Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung*.
- Dalayah, 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. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/45522>
- Dwijayanti, N. made A., Mariani, W. E., & Utami, N. M. M. A. (2022). Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Berbasis Server Untuk Mendukung Gerakan Cashless Society Pada Generasi Milenial. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 13(10), 1270. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i10.p11>
- Fadhillah, Q. N. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Efisiensi, Keamanan, Budaya dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Elektronik QRIS Pada Mahasiswa UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*. 1–144.
- Fatimah, N., & Susanti. (2018). Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(1), 48–57.
- Fatimah, S. N., & Fathihani, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Locus of Control Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z pada Cashless Society. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(6), 868–877. <https://www.dinastirev.org/JIMT/article/view/1637>
- Firmansyah, G., & Susanti, A. (2023). Pengaruh Lifestyle Hedonisme, Kemampuan Finansial Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Transaksi Cashless Pada Generasi Milenial Di Surakarta. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 442–454. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.151>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) (Empat)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Badan Penerbit UNDIP.

- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 94–103.
<http://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/view/695%0Ahttp://ojs.stiesia.ac.id/index.php/prisma/article/download/695/266>
- Hailwood, K. (2007). *Financial literacy and its role in promoting a sound financial system*.
- Hana, C., & Kusumawati, Y. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial dan Kemudahan terhadap penggunaan cashless transaction. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(2), 61–70. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/akuntabilitas/article/view/1177>
- Indahyani, K., & Dewi, I. G. A. K. R. S. (2021). Pengaruh Nilai Harga, Literasi Keuangan dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital (Shopeepay) dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 12(3), 932–942.
- Jordi, D., & Prabantoro, G. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Coffeography Salemba). *Repository Stie Indonesia*, 1–20.
- Kamil, I. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Perilaku Sistem Penggunaan Financial Technology (Studi Empiris Pada Pengguna Cashless Payment Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang Dan Bekasi 2019). *Al-Mal: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 98–114.
- Kaniska, A. K. J. (2023). *Pengaruh Penggunaan Transaksi Cashless, Persepsi Kemudahan Aplikasi Belanja Online, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial*.
- Kariim, L. (2022). *Minat Masyarakat Yogyakarta Dalam Penggunaan OVO: Peran Etika Bisnis Islam, Pendekatan UTAUT 2*. 282.
- Kurnianingsih, H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 4(2), 1–13.
- Kusumawati, N. (2018). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 81–92.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Karya Salemba Empat.
- Mustajab, R. (2023). *Nilai Transaksi Uang Elektronik Naik 7,98%*. [DataIndonesia.Id. https://dataindonesia.id/keuangan/detail/nilai-transaksi-uang-elektronik-naik-798-pada-desember-2022](https://dataindonesia.id/keuangan/detail/nilai-transaksi-uang-elektronik-naik-798-pada-desember-2022)
- Ndraha, E. (2019). Pengaruh Kemampuan Finansial dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Produk E-money (Studi Kasus) Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Profil Kesehatan Kab.Semarang*, 41, 1–9.
- P Panca, W. A., Jamin Ariana, I. N., & Arismayanti, N. K. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Wisatawan dan Citra Hotel Melati di Kelurahan Seminyak Kabupaten Badung Bali. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 1(1), 65–72.
- Pratiwi, F. S. (2023). *Mayoritas Pengguna Fintech di Indonesia Berusia 26-35 Tahun*. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/mayoritas-pengguna-fintech-di-indonesia-berusia-2635-tahun>
- Pratiwi, T. Y. (2023). *Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember*. 1–143.
- Putri, E., Eka Pramudita, A., & Mukhammad Akbar, A. (2022). Financial Behaviour Dan E- Money Pada Perilaku Hedonisme Di Era Pandemi Covid-19. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 66. <https://doi.org/10.35906/equilibrium.v11i1.989>
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society di Era Milenial dalam Perpektif Islam. *Journal of SHariah Economics*, 2. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/musthofa/issue/view/52>
- Rizkiyah, K., Nurmawati, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126.
- Santoso, R. A., & Handayani, A. (2018). *Manajemen Keuangan : Keputusan Keuangan Jangka Panjang* (Syaiful (ed.); 1st ed.). UMG Press.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. CAPS.
- Supriyanto, B. (2019). *3 Besar Dompok Digital Indonesia, Transaksi Ritel, Transportasi Online, dan Pengiriman Makanan Online*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20190715/84/1124498/3-besar-dompok-digital-indonesia-transaksi-ritel-transportasi-online-dan-pengiriman-makanan-online>
- Susanti, V. R., & Febriyantoro, M. T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Money Pada Era Cashless Society. *Jurnal Fortunate, 1*, 1–9. <https://journal.uvers2.ac.id/index.php/fbr/article/download/3/32>
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan (Satu)*. Andy.