

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti mengolah data dari hasil angket yang disebarakan melalui media sosial yaitu *google form* kepada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Jawaban yang diperoleh dari responden dikelola datanya menggunakan SPSS 22.0. Hasilnya sebagai berikut:

A. Pengaruh Diskon terhadap Minat Menggunakan Dompot Elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa diskon secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,260 < 2,013$ dan signifikansi $0,796 > 0,05$, maka H_1 ditolak.

Hasil dari penelitian tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Taufiq bahwa faktor harga tidak selamanya menjadi faktor penentu. Di era pemasaran penuh dinamika untuk tampil secara berbeda, faktor nonharga seringkali justru menentukan.⁸³ Faktor harga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah diskon. Dalam dunia perdagangan diskon diartikan sebagai penurunan harga atas harga normal.⁸⁴ Hasil penelitian ini menunjukkan

⁸³ M. Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2005), 163.

⁸⁴Fiki Puspitasari, *Apakah Diskon Itu?*, (Yogyakarta: KTSP, 2008), hal. 1.

bahwa diskon tidak berpengaruh secara signifikan, hal tersebut bisa disebabkan target dari faktor-faktor diskon seperti besarnya diskon, masa diskon, dan jenis produk yang mendapat diskon kurang tepat sasaran. Sehingga dapat dikatakan dengan ada tidaknya diskon, mainset konsumen sudah tertuju untuk menggunakan dompet elektronik OVO.

Hasil penelitian Kusnawan juga selaras dengan penelitian ini, variabel diskon dalam penelitiannya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian impulsif. Hal ini mengandung implikasi bahwa konsumen milenial khususnya para pengguna *e-wallet* ternyata tidak terlalu mempermasalahkan mengenai besarnya diskon yang diberikan oleh perusahaan penyedia aplikasi, karena hal tersebut tidak terlalu berpengaruh pada pertumbuhan minat pembelian implusif mereka.⁸⁵

B. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompet Elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,075 > 2,013$ dan signifikansi $0,044 < 0,05$, maka H_2 diterima.

Hasil dari penelitian tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Jogiyanto bahwa jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi

⁸⁵ Agus Kusnawan., dkk, Pengaruh Diskon pada Aplikasi *e-Wallet* terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Implusif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang, *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 5 No. 2, 2019, hlm. 155-156.

tersebut mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.⁸⁶ Semakin mudah sistem tersebut digunakan maka akan semakin banyak orang yang tertarik untuk menggunakan sistem tersebut, dalam hal ini dompet elektronik. Seperti halnya dalam penggunaan dompet elektronik OVO, dalam prakteknya dompet elektronik OVO sangat mudah digunakan, pengguna hanya perlu untuk mendownload dan menginstal aplikasi OVO melalui *Play Store* atau *App Store* yang ada pada *smartphone* mereka. Kemudian melakukan registrasi dan verifikasi data, akun OVO akan segera aktif dan bisa digunakan bertransaksi di berbagai merchant rekanan OVO.

Hasil penelitian Saputro juga selaras dengan penelitian ini, variabel kemudahan penggunaan pada penelitiannya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya *internet banking* melakukan pengembangan dan kemudahan teknologi yang lebih baik lagi sehingga konsumen lebih mudah saat bertransaksi.⁸⁷

C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Dompet Elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

⁸⁶ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), hlm. 115.

⁸⁷ Brian Dwi Saputro, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking, *Jurnal Nominal*, Vol. 2 No. 1, 2013, hlm. 60.

minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,296 > 2,013$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_3 diterima.

Hasil dari penelitian tersebut selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Gefen bahwa kepercayaan menjadi kunci menurunnya rasa khawatir konsumen untuk menggunakan suatu teknologi.⁸⁸ Seperti halnya dalam penggunaan dompet elektronik, tingkat kekhawatiran kegiatan transaksi menggunakan dompet elektronik lebih tinggi daripada transaksi dengan uang tunai karena konsumen tidak memegang secara langsung nilai uang namun sudah terekam pada sistem dompet elektronik. Maka dari itu, kepercayaan menjadi faktor penting dalam penggunaan dompet elektronik, ketika konsumen percaya dengan informasi yang diberikan oleh penyedia jasa layanan dompet elektronik seperti informasi sisa saldo atau hasil transaksi, maka hal itu akan mendorong meningkatnya minat konsumen untuk menggunakan dompet elektronik.

Hasil penelitian Saputro juga selaras dengan penelitian ini, variabel kepercayaan pada penelitiannya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh pihak perusahaan maupun konsumen agar terjadi ikatan diantara keduanya. Hal ini mengandung implikasi bahwa *internet banking*

⁸⁸ Nur Diana, *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money di Indonesia*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan 2018), hlm. 87.

akan mencegah atau mengurangi rasa keraguan yang terdapat pada konsumen tentang *internet banking*.⁸⁹

D. Pengaruh Diskon, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung

Dari hasil uji F yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa diskon, kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Dari hasil perhitungan koefisien regresi diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $29,595 > 2,8023$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_4 diterima.

Menurut Kotler dan Keller minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk memiliki produk tersebut.⁹⁰ Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu aspek psikologis yang mendorong seseorang merasa suka dan tertarik untuk memiliki atau menggunakan suatu obyek tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diskon, kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan dompet elektronik OVO pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Semester 7 FEBI IAIN Tulungagung. Hal ini berarti bahwa semakin

⁸⁹ Brian Dwi Saputro, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking, *Jurnal Nominal*, Vol. 2 No. 1, 2013, hlm. 60-61.

⁹⁰ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Ombak, 2015), hal. 77-78.

tinggi diskon, kemudahan penggunaan dan kepercayaan maka akan meningkatkan minat menggunakan suatu layanan dompet elektronik.