

**KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH KEGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
PENGUNAAN BERKELANJUTAN DENGAN
MODERASI GENDER PADA FLAZZ BCA
DI WILAYAH SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

BAKHTIAR ARDIANSYAH

2015210313

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2019**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Bakhtiar Ardiansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya , 20 Juli 1996
N.I.M : 2015210313
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kegunaan dan Kepercayaan terhadap
Penggunaan Berkelanjutan dengan Moderasi
Gender pada Flazz BCA di Wilayah Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 02 September 2020

Tanggal: 02 September 2020

Burhanudin, S.E., M.Si., Ph.D

Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si.

NIDN : 071904770

NIDN : 0706116901

**PENGARUH KEGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
PENGUNAAN BERKELANJUTAN DENGAN
MODERASI GENDER PADA FLAZZ BCA
DI WILAYAH SURABAYA**

Bakhtiar Ardiansyah
STIE Perbanas Surabaya
Email: bakhtiarardiansyah27@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the variable Usability and Trust in Sustainable Use With Gender Moderation in 2019. Data collection using the primary method with a questionnaire technique. The population in this study are BCA Flazz users. The sampling technique is done using Purposive Sampling. The analytical method used uses WarpPLS. The results of the analysis of WarpPLS partially have a significant effect on Sustainable Use.

Keywords : *Perceived Ease Of Use, Trust, Gender, Continuance Intention.*

PENDAHULUAN

Di era modern ini, teknologi menjadi salah satu bagian dalam kehidupan sehari-hari baik gadget, aplikasi, hingga transaksi perbankan menggunakan teknologi (Wibowo, 2015). Teknologi dan komunikasi yang berkembang pesat memicu kebutuhan proses transaksi keuangan yang cepat, aman dan efisien. Kondisi tersebut yang mendorong munculnya inovasi baru yaitu sistem pembayaran berbasis teknologi. Bentuk dari sistem terus berevolusi dari sistem pembayaran tunai yakni dengan uang kartal (kertas atau logam) yang kemudian berkembang menjadi sistem pembayaran non tunai mulai dari yang berbasis warkat (cek, bilyet giro) hingga yang berbasis elektronik (*e-banking*, kartu debit/ATM, kartu kredit dan uang elektronik (*e-money*)). Sistem pembayaran yang semakin lancar akan memberikan kemudahan bagi

masyarakat untuk bertransaksi sehingga memicu terjadinya aktivitas perekonomian. Hal itu dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan terciptanya stabilitas sistem keuangan (Rushandie,2014).

Berdasarkan survei Top Brand 2017, kartu Flazz BCA menempati posisi paling atas katogeri kartu prabayar. Hal ini menunjukkan bahwa Flazz BCA merupakan kartu uang elektronik yang paling banyak dikenal masyarakat Indonesia. Flazz BCA adalah sebuah produk e-Money berbentuk kartu yang dikeluarkan oleh BCA untuk melakukan transaksi atau pembayaran digital sebagai pengganti transaksi tunai. Flazz BCA sendiri memiliki teknologi chip dari (*Radio Frequency Identification*) RFID yang mendukung pemrosesan transaksi lewat sentuhan dalam hitungan detik.

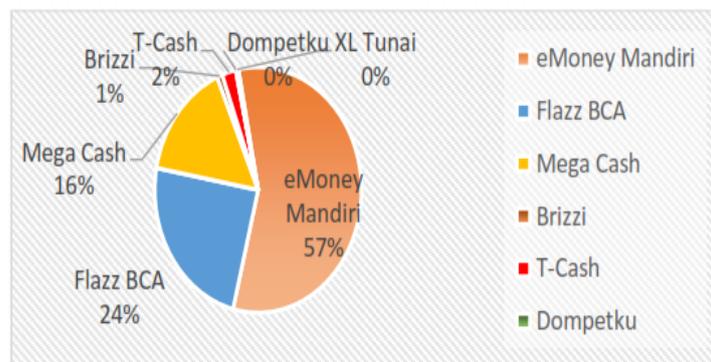
Tabel 1
Top Brand Kartu Prabayar

MERЕК	TBI	TOP
Flazz	31.6%	TOP
e-Toll Card	14.1%	TOP
Mandiri e-Cash	10.6%	TOP
Tap Cash	7.9%	
Indomaret Card	6.7%	
Brizzi	3.4%	

Sumber : Top Brand Award 2017

Flazz diterbitkan oleh Bank Central Asia (BCA) pada tahun 2007 sebagai kartu prabayar multifungsi tercepat pertama di Indonesia dengan maksimal saldo tersimpan di kartu sebesar Rp.1000.000, karena mudah diisi ulang, kartu Flazz ditunjukkan untuk orang yang gemar berbelanja keperluan sehari-hari dengan nominal atau nilai yang tidak terlalu besar (SAP, 2015). Jumlah kartu Flazz yang sudah beredar saat ini mencapai lebih dari lima juta kartu. (BCA, 2013). Dengan demikian, Flazz BCA merupakan

pemimpin di ranah kartu prabayar dalam hal jumlah kartu (Lukman, 2014). Direktur BCA, Suwignyo Budiman (Burhani, 2010) mengatakan bahwa peningkatan jumlah pengguna kartu Flazz di dukung oleh perubahan gaya hidup *lesscash* masyarakat. Di sisi lain, peningkatan populasi pengguna kartu Flazz juga diikuti dengan pertumbuhan transaksi (Bisnis, 2012). Namun berdasarkan diagram transaksi Flazz BCA pada periode 2011-2013 masih tergolong rendah yaitu sebesar 24% dari total transaksi e-money keseluruhan.



Gambar 1
Transaksi e-Money Periode 2011-2013

Sumber: Sharing Vision 2011-2013 dalam Mahayana (2014) (data diolah)

Kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang itu percaya bahwa dia akan diuntungkan dengan menggunakan layanan mobile banking (Jeong & Yoon, 2013). Jika nasabah menganggap layanan online bermanfaat, akan dapat meningkatkan kinerja, produktivitas kinerja, dan meningkatkan efektifitas pengguna (Amin, Rizal, Hamid, Lada, & Anis, 2008). Nasabah dapat menentukan apakah mereka diuntungkan dengan menggunakan layanan mobile banking dalam kehidupan sehari-hari. Kebanyakan dari nasabah menginginkan suatu pelayanan yang berguna untuk bertransaksi yang bersifat sederhana dan praktis tanpa membuang banyak waktu (Jeong & Yoon, 2013). Cukup dengan smartphone nasabah bisa akses dalam aplikasi BCA Mobile yang didalamnya terdapat beberapa fitur layanan lain seperti cek saldo, transfer, e-commerce dan lain sebagainya. Manfaat yang dirasakan oleh pengguna akan berpengaruh antara efektifitas dan kepuasan terhadap layanan online.

Kepercayaan adalah faktor penting dalam meyakinkan konsumen bahwa bank atau perusahaan melindungi informasi mereka. Situasi ketidakpastian menghambat hubungan perdagangan, yang mengakibatkan kerugian manfaat dan kepuasan kompetitif dan peningkatan biaya (Chechen *et al.*, 2011). Duene *et al.*, (2012) mengusulkan bahwa kepercayaan secara langsung mempengaruhi niat untuk menggunakan sarana pembayaran mobile. Penggunaan sarana digital untuk melakukan transaksi komersial sudah memunculkan kebutuhan akan kepercayaan dalam hubungan (Chechen *et al.*, 2016).

Gender dapat diartikan sebagai pembeda antara laki-laki dan wanita yang tidak hanya mengacu pada perbedaan biologis atau seksualnya, tetapi juga mencakup nilai-nilai sosial budaya (Berninghausen dan Kerstan dalam Zualikha, 2006). Dalam *Webster's New Word Dictionary* gender diartikan sebagai perbedaan yang tampak antara laki-laki dan

wanita dari segi nilai dan tingkah laku. Dalam *Women's Studies Encyclopedia* dijelaskan bahwa gender adalah konsep cultural yang berupaya membuat perbedaan dalam peran, perilaku, mentalis dan karakteristik emosional laki-laki dan wanita yang berkembang dalam masyarakat (Fitrianingsih 2011).

Kegunaan Berkelanjutan dapat digambarkan sebagai sejauh mana seseorang saat ini menggunakan ponsel telepon untuk membeli produk atau layanan telah mengembangkan rencana sadar untuk terus menggunakannya di masa depan (Setterstrom *et al.*, 2013). Niat konsumen untuk terus menggunakan teknologi ditentukan oleh kepuasan mereka dengan penggunaan sebelumnya dan hubungan ini telah dikuatkan dalam penelitian sebelumnya (Chen *et al.*, 2012; Hong *et al.*, 2006).

Berdasarkan beberapa kasus dan argumen-argumen yang sudah dijelaskan maka diadakannya penelitian ini dengan judul "Pengaruh Kegunaan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Berkelanjutan dengan Moderasi Gender pada Flazz Bca di Wilayah Surabaya"

KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Kegunaan

Kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, Bagozzi, & Warshaw dalam (Humbani & Wiese, 2019). Menurut (Marshall dalam (Humbani & Wiese, 2019) Gambar tidak dapat diukur dengan pengukuran atribut saja tetapi harus mencakup pengukuran persepsi konsumen terhadap nilai dan kegunaan yang dicapai dari menggunakan produk. Persepsi kegunaan sangat terkait dengan produktivitas, hal ini menunjukkan jika pengguna menganggap layanan berguna, maka layanan ini dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas kerja, dan

meningkatkan efektivitas dan kegunaan (Amin, H dalam (Williams, 2016).

Salah satu alasan mengapa orang menggunakan *mobile banking* adalah mereka menemukan sistem ini berguna untuk transaksi mereka, karena mengurangi mereka biaya dan waktu yang diperlukan untuk pergi ke bank (Jeong & Yoon, 2013). Kegunaan dalam penelitian ini akan diukur dengan beberapa indikator dalam penelitian Humbani dan Wiese (2019) sebagai berikut:

1. Kelancaran Menggunakan, artinya menggunakan Flazz BCA dapat meningkatkan kelancaran pembayarannya.
2. Keberhasilan Menggunakan, artinya menggunakan Flazz BCA dapat meningkatkan keberhasilan pembayarannya.
3. Manfaat Menggunakan, artinya pembayaran melalui Flazz BCA bermanfaat bagi responden.

Kepercayaan

Definisi kepercayaan adalah faktor penting dalam meyakinkan konsumen bahwa bank atau perusahaan melindungi informasi mereka. Situasi ketidakpastian menghambat hubungan perdagangan, yang mengakibatkan kerugian manfaat dan kepuasan kompetitif dan peningkatan biaya (Chechen et al.,2016). Duene et.(2012).Mengusulkan bahwa kepercayaan secara langsung mempengaruhi niat untuk menggunakan sarana pembayaran mobile. Penggunaan sarana digital untuk melakukan transaksi komersial sudah memunculkan kebutuhan akan kepercayaan dalam hubungan (Chechen et at.,2016). Mengingat kebutuhan untuk menyediakan pribadi informasi untuk formalisasi pinjaman (Freedman dan Jin,2014), Kepercayaan seharusnya dipahami sebagai faktor kunci untuk niat mengadopsi layanan FinTech.Ada banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan konsumen. Indikator kepercayaan yang dikutip dari (Kim et

al,dalam Sukma Abdurrahman Adi,2012) adalah sebagai berikut:

1. Produk Fintech aman, artinya pengguna yakin bahwa menggunakan uang digital aman untuk digunakan.
2. Produk Fintech dapat diandalkan, artinya pengguna yakin bahwa uang digital
3. dapat diandalkan sesuai dengan keinginan konsumen.
4. Menyampaikan informasi, artinya pengguna yakin bahwa produk uang digital akan segera menyampaikan informasi jika terjadi kesalahan.
5. Selalu transparan, artinya pengguna yakin bahwa transaksi melalui uang digital akan selalu transparan sesuai dengan peraturan.
6. Bisa dipercaya, artinya pengguna yakin bahwa menggunakan uang digital bisa dipercaya.

Penggunaan Berkelanjutan

Definisi Penggunaan Berkelanjutan dapat digambarkan sebagai sejauh mana seseorang saat ini menggunakan ponsel telepon untuk membeli produk atau layanan telah mengembangkan rencana sadar untuk terus menggunakannya di masa depan (Setterstrom et al.,2013). Niat konsumen untuk terus menggunakan teknologi ditentukan oleh kepuasan mereka dengan penggunaan sebelumnya dan hubungan ini telah dikuatkan dalam penelitian sebelumnya (Chen et al.,2012;Hong et al.,2006). Keinginan menggunakan dalam penelitian ini dapat diukur dengan beberapa indikator (Hung dan Hsu, 2011) sebagai berikut:

1. Mempertimbangkan produk uang digital,artinya pengguna akan mempertimbangkan produk uang digital sebagai pilihannya.
2. Memilih produk uang digital, artinya pengguna akan lebih memilih produk uang digital untuk alat bertansaksi.
3. Menggunakan produk uang digital, artinya pengguna akan terus menggunakan produk uang digital.

4. Kecewa, artinya pengguna kecewa bahwa penggunaan uang digital tidak sesuai harapan.
5. Pengguna akan menggunakan produk uang digital di masa yang akan datang, artinya pengguna berniat melanjutkan urusan dengan layanan uang digital.

Gender

Definisi Gender dapat diartikan sebagai pembeda antara laki-laki dan wanita yang tidak hanya mengacu pada perbedaan biologis atau seksualnya, tetapi juga mencakup nilai-nilai sosial budaya (Berninghausen dan Kerstan dalam Zualaikha,2006). Dalam *Webster's New Word Dictionary* gender diartikan sebagai perbedaan yang tampak antara laki-laki dan wanita dari segi nilai dan tingkah laku. Dalam *Women's Studies Encyclopedia* dijelaskan bahwa gender adalah konsep cultural yang berupaya membuat perbedaan dalam peran, perilaku, mentalis dan karakteristik emosional laki-laki dan wanita yang berkembang dalam masyarakat (Fitrianingsih 2011).

Pengaruh Kegunaan terhadap Penggunaan Berkelanjutan

Manfaat merupakan sejauh mana seseorang akan diuntungkan dengan menggunakan sebuah layanan (Jeong & Yoon, 2013). Penelitian (Humbani dan Wiese, 2019) menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dapat mempengaruhi keinginan menggunakan, karena jika seseorang telah menggunakan sebuah layanan dan mendapatkan manfaat dari penggunaan layanan tersebut maka seseorang itu akan terus menggunakan layanan tersebut.

H1 : Kegunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan Berkelanjutan Flazz BCA.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan Berkelanjutan

Kepercayaan adalah faktor penting dalam meyakinkan konsumen bahwa bank

atau perusahaan melindungi informasi mereka. Situasi ketidakpastian menghambat hubungan perdagangan, yang mengakibatkan kerugian manfaat dan kepuasan kompetitif dan peningkatan biaya (Chechen et al.,2016). Duene et.(2012) mengusulkan bahwa kepercayaan secara langsung mempengaruhi niat untuk menggunakan sarana pembayaran mobile. Penelitian (Pinochet Luis H C, *et al*) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keinginan menggunakan, karena apabila konsumen telah percaya dengan suatu layanan yang mereka gunakan maka konsumen akan ingin menggunakan kembali layanan tersebut. Dengan percayanya konsumen berarti penyedia jasa dapat menjaga privasi atau dapat melindungi para konsumen mereka.

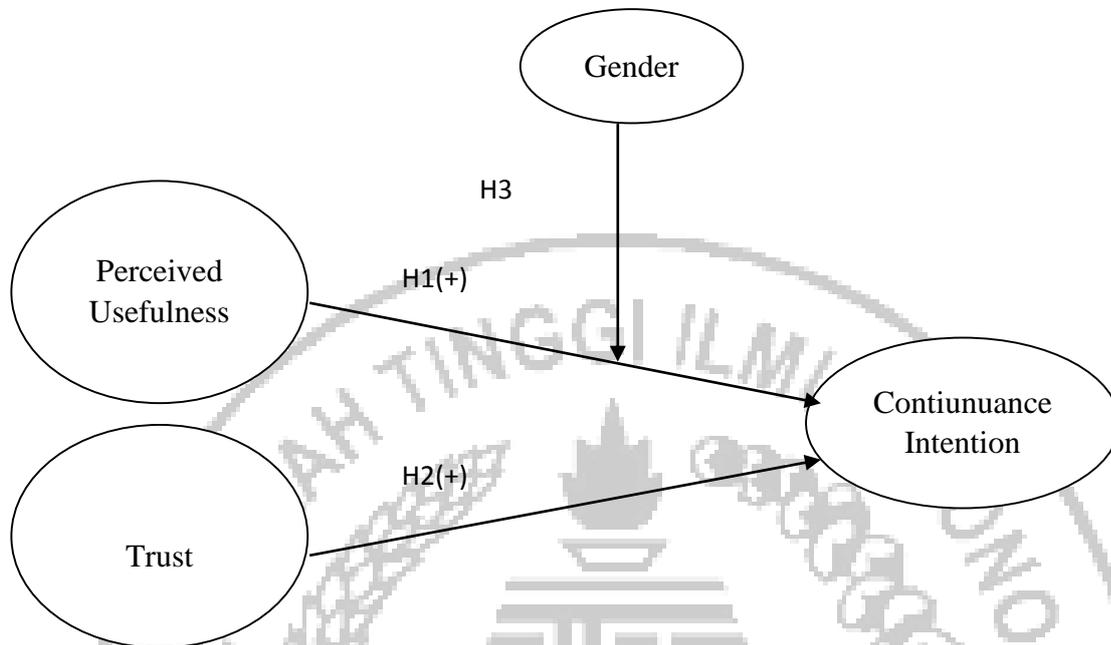
H2 : Kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan Berkelanjutan Flazz BCA.

Pengaruh Manfaat Yang Dirasakan terhadap Penggunaan Berkelanjutan dengan Moderasi Gender

Definisi Gender dapat diartikan sebagai pembeda antara laki-laki dan wanita yang tidak hanya mengacu pada perbedaan biologis atau seksualnya, tetapi juga mencakup nilai-nilai sosial budaya (Berninghausen dan Kerstan dalam Zualaikha,2006). Dalam penelitian (Chen, Zhang et al.), juga tercatat gender sebagai variabel moderasi dan dalam penelitian ini mengatakan bahwa gender berpengaruh terhadap addiction smartphone dikarenakan perbedaan gender dapat menyebabkan salah satu faktor untuk menjadikan pilihan menggunakan ataupun meninggalkan layanan tersebut.

H3 : Gender memoderasi hubungan antara variabel manfaat yang dirasakan terhadap Penggunaan Berkelanjutan Flazz BCA.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2
Kerangka Pemikiran Penelitian Ardiansyah, 2019

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi adalah generasi dari suatu wilayah yang terdiri dari subjek maupun objek yang memiliki karakteristik dan bisa diambil kepuusannya sebagai kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi yang dimaksud dalam pada penelitian ini adalah pengguna layanan Flazz BCA di Wilayah Surabaya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling non probability sampling, yang mana bentuk sampling adalah hanya memberikan satu kali kesempatan atau tidak sama bagi setiap anggota populasi unsur yang kemudian dijadikan sampel (Sugiyono, 2017). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan syarat dan kriteria yang ada pada sampel.

Dalam pengambilan sampel ini, responden yang telah ditargetkan harus memiliki beberapa kriteria, antara lain:

1. Memiliki dan Menggunakan Flazz BCA
2. Memiliki batasan usia 19-50 tahun
3. Lokasi penelitian di wilayah Surabaya

Penelitian ini memiliki jumlah sampel yang sesuai dengan teknis analisis PLS yang tidak menuntut jumlah yang besar. Pengajuan ukuran sampel yang layak adalah berkisar 30 sampai dengan 500 sampel. Jumlah sampel bisa dihitung minimal dengan cara hitung sepuluh kali jumlah terbesar jalur structural pada konstruk laten menurut Wang and Liao(2017) dalam penelitian ini terdapat empat jalur pada kostruk laten sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 3×10 . Sehingga sampel kecil yang dibutuhkan adalah minimal 30 sampel dan sampel besar 100 sampel.

Batasan Penelitian

Pada sub bab ini akan dijelaskan tentang batasan-batasan yang telah diberikan oleh peneliti. Batasan untuk penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut:

1. Responden adalah masyarakat yang berada di Wilayah Surabaya.
2. Responden adalah masyarakat yang menggunakan layanan Flazz BCA
3. Responden adalah masyarakat yang memiliki usia minimal 19 tahun dan maksima 150 tahun.

Data Penelitian

Penelitian ini sumber datanya berasal dari primer maka penelitian ini tergolong pada kategori penelitian primer. Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari observasi langsung dengan tujuan masalah dapat diselesaikan melalui riset penelitian dengan data kuesioner (Sugiyono,2017). Namun, pada penelitian ini data yang berbentuk kualitatif harus diubah menjadi kuantitatif sehingga bisa diolah lebih lanjut.

Variabel Penelitian

Penelitian yaitu suatu kegiatan untuk menguji hipotesis, yang mana tujuan dari menguji ini adalah untuk mengetahui ada dan tidaknya kecocokan antara teori dengan fakta empiris. Pada dasarnya, variabel penelitian merupakan apapun yang berbentuk segala sesuatu yang telah ditetapkan oleh peneliti sehingga dapat dipelajari atau untuk mendapatkan informasi tentang hal tersebut dan juga dapat dimengerti kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2017). Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka variabel dari penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (Eksogen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat (Sugiyono, 2017). Variabel eksogen dalam penelitian ini antara lain:

1. Kegunaan (KG)

2. Kepercayaan (TR)

2. Variabel Terikat (Endogen)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel terikat penelitian ini adalah : Penggunaan Berkelanjutan (PB).

3. Variabel Intervening (Moderasi)

Variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Sugiyono, 2017). Variabel moderasi penelitian ini adalah : Gender

Definisi Operasional Variabel Kegunaan

Pendapat responden terhadap suatu bentuk layanan atau produk Flazz BCA untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, manfaat yang dirasakan pada Flazz BCA di gunakan untuk mengukur tingkat terpenuhinya harapan konsumen yang menggunakan Flazz BCA terhadap Kegunaan yang diberikan Flazz BCA, Dimana kegunaan di katakan berkualitas. Jika Flazz BCA dapat memenuhi harapan konsumennya. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh (Ramayah dan Ignatius, dalam Humbani dan Wiese (2019). Indikator – indikator yang digunakan untuk menjelaskan manfaat yang dirasakan sebagai berikut :

1. Kelancaran Menggunakan, artinya menurut pendapat responden menggunakan Flazz BCA dapat meningkatkan kelancaran pembayarannya.
2. Keberhasilan Menggunakan, artinya menurut pendapat responden menggunakan Flazz BCA dapat meningkatkan keberhasilan pembayarannya.
3. Manfaat Menggunakan, artinya menurut pendapat responden pembayaran melalui Flazz BCA bermanfaat bagi responden.

Kepercayaan

Pendapat responden terhadap kepercayaan muncul dari tingkat keamanan

dan harapan konsumen akan terpenuhi oleh layanan yang diberikan Flazz BCA, konsumen akan percaya dan melakukan penggunaan kembali layanan Flazz BCA jika konsumen telah menaruh kepercayaan terhadap layanan Flazz BCA. Indikator – indikator yang digunakan untuk menjelaskan kepercayaan adalah sebagai berikut.

1. Produk Fintech aman, artinya pendapat responden yakin bahwa menggunakan uang digital aman untuk digunakan.
2. Produk Fintech dapat diandalkan, artinya pendapat responden yakin bahwa uang digital dapat diandalkan sesuai dengan keinginan konsumen.
3. Menyampaikan informasi, artinya pendapat responden yakin bahwa produk uang digital akan segera menyampaikan informasi jika terjadi kesalahan.
4. Selalu transparan, artinya pendapat responden yakin bahwa transaksi melalui uang digital akan selalu transparan sesuai dengan peraturan.
5. Bisa dipercaya, artinya pendapat responden yakin bahwa menggunakan uang digital biasdipercaya.

Penggunaan Berkelanjutan

Pendapat responden terhadap keinginan menggunakan kembali layanan Flazz BCA karena konsumen merasa puas dan terpenuhi harapannya dengan menggunakan layanan Flazz BCA. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Humbani Dan Wiese (2019) Indikator – indikator yang digunakan untuk menjelaskan keinginan menggunakan adalah sebagai berikut :

1. Mempertimbangkanprodukuang digital,artinya pendapat responden akan mempertimbangkan produk uang digital sebagai pilihannya.
2. Memilih produk uang digital, artinya pendapat responden akan lebih memilih produk uang digital untuk alat bertansaksi.

3. Menggunakan produk uang digital, artinya pendapat responden akan terus menggunakan produkuang digital.
4. Kecewa, artinya pendapat responden kecewa bahwa penggunaan uang digital tidak sesuai harapan.
5. Pengguna akan menggunakan produk uang digital di masa yang akandatang, artinya pendapat responden berniat melanjutkan urusan dengan layanan uang digital.

Gender

Pendapat responden terhadap Gender sebagai nilai pembeda antara responden laki-laki dan wanita yang menggunakan layanan Flazz BCA.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran dari hasil penelitiann yang telah dilakukan dalam pengumpulan data di lapangan melalui responden. Analisis deskriptif dilakukan setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas pada skor item pernyataan. Analisis ini memberikan gambaran objek maupun hasil penelitian yang dilakukan pada responden penelitian yang diteliti. Selanjutnya analisis deskriptif nantinya akan dijelaskan mengenai pendistribusian terhadap variabel-variabel yang ada yaitu variabel bebas, terikat maupun moderasi.

Peneliti menggunakan partial least squares structural equation modeling (PLS) yang mana digunakan sebagai alat uji secara simultan adanya hubungan antar variabel dalam hubungan linear maupun non linear dengan berbagai indikator. Pengujian dengan menggunakan PLS sudah terbukti keakuratannya dengan konsep dan dasar desain yang jelas > 30 tahun. Fitur pada PLS tersedia dengan berbagai macam dan sangat mudah digunakan. Software PLS yang digunakan adalah WarpPLS (Latan, 2014).

Uji Statistik

Peneliti menggunakan partial least squares structural equation modeling (PLS) yang mana digunakan sebagai alat uji secara simultan adanya hubungan antar variabel dalam hubungan linear maupun non linear dengan berbagai indikator. Pengujian dengan menggunakan PLS sudah terbukti keakuratannya dengan konsep dan dasar desain yang jelas > 30 tahun. Fitur pada PLS tersedia dengan berbagai macam dan sangat mudah digunakan. Software PLS yang digunakan adalah WarpPLS (Latan, 2014).

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Hasil karakteristik berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa responden laki-laki sebesar 75% atau sebanyak 75 orang. Sedangkan, responden perempuan sebesar 25% atau sebanyak 25 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna Flazz BCA yang paling banyak adalah laki-laki, karena memiliki presentase yang lebih banyak dibandingkan dengan pengguna Flazz BCA perempuan.

Hasil karakteristik berdasarkan agama dapat dilihat bahwa responden pengguna Flazz BCA beragama islam lebih besar dengan jumlah 89% atau sebanyak 89 orang. Sedangkan, yang beragama kristen 9% atau sebanyak 9 orang dan yang beragama katolik 2% atau sebanyak 2 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pengguna Flazz BCA beragama islam.

Hasil karakteristik berdasarkan usia dapat diketahui bahwa responden pengguna Flazz BCA dengan usia < 19 tahun sebesar 9% atau sebanyak 9 orang, responden pengguna Flazz BCA dengan usia 20-30 tahun sebesar 67% atau sebanyak 67 orang, responden pengguna Flazz BCA dengan usia 31-40 tahun sebesar 14% atau sebanyak 14 orang, responden pengguna Flazz BCA dengan usia 41-50 tahun sebesar 7% atau sebanyak 7 orang, dan responden pengguna Flazz BCA dengan usia > 50 tahun sebesar 3% atau sebanyak 3

orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Flazz BCA paling banyak digunakan oleh responden dengan usia 20-30 tahun.

Hasil karakteristik berdasarkan pekerjaan dapat diketahui bahwa responden pengguna Flazz BCA sebagai mahasiswa sebesar 44% atau sebanyak 44 orang, responden pengguna Flazz BCA sebagai pegawai swasta sebesar 37% atau sebanyak 37 orang, responden pengguna Flazz BCA sebagai wiraswasta sebesar 11% atau sebanyak 11 orang, responden pengguna Flazz BCA sebagai PNS sebesar 4% atau sebanyak 4 orang, dan responden pengguna Flazz BCA sebagai lainnya sebesar 4% atau sebanyak 4 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden pengguna Flazz BCA berdasarkan profesinya yang paling banyak adalah sebagai mahasiswa.

Hasil karakteristik berdasarkan penggunaan dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menggunakan Flazz BCA lebih dari 3 bulan lamanya direspon oleh keseluruhan dengan jawaban YA sebesar 100% atau sebanyak 100 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang telah menggunakan Flazz BCA selama lebih dari 3 bulan dan telah sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Hasil karakteristik dapat diketahui bahwa responden yang memiliki Tekfin Selain Flazz BCA sebesar 36% atau sebanyak 36 orang, dan responden yang tidak memiliki tekfin selain Flazz BCA sebesar 64% atau sebanyak 64 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini yang tidak memiliki tekfin selain Flazz BCA memiliki nilai presentase tertinggi sebesar 64% atau sebanyak 64 orang dibandingkan yang memiliki tekfin selain Flazz BCA sebesar 36% atau sebanyak 36 orang.

Hasil karakteristik berdasarkan lama penggunaan responden yang menggunakan Flazz BCA dengan lama 3 s/d 5 bulan sebesar 38% atau sebanyak 38 orang, responden yang menggunakan Flazz BCA dengan lama 6 s/d 12 bulan sebesar

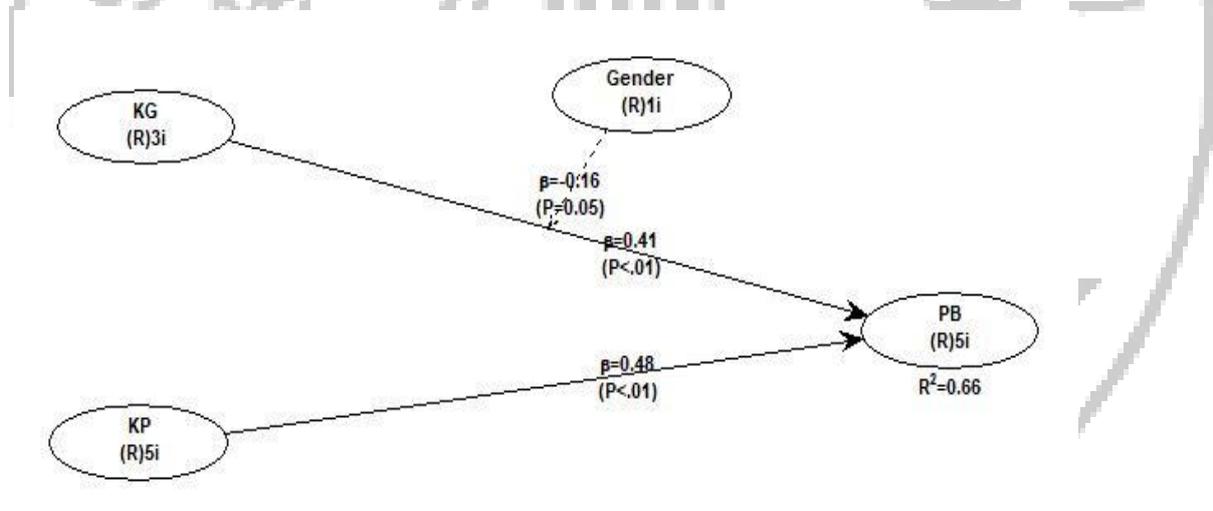
44% atau sebanyak 44 orang, dan responden yang menggunakan Flazz BCA dengan lama > 12 bulan sebesar 18% atau sebanyak 18 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menggunakan Flazz BCA adalah dengan lama 6 s/d 12 bulan dengan jumlah presentase sebesar 44% atau sebanyak 44 orang.

Hasil karakteristik dapat diketahui bahwa frekwensi responden yang menggunakan Flazz BCA < 3 kali dalam satu bulan sebesar 40% atau sebanyak 40 orang, responden yang menggunakan Flazz BCA 3-5 kali dalam satu bulan sebesar 48% atau sebanyak 48 orang, responden yang menggunakan Flazz BCA 6-10 kali dalam satu bulan sebesar 9% atau sebanyak 9 orang, dan responden yang menggunakan Flazz BCA > 10 kali dalam satu bulan sebesar 3% atau sebanyak 3 . Dari data

tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dengan frekwensi penggunaan Flazz BCA paling banyak adalah 3-5 kali dalam satu bulan dengan presentase 48% sebanyak 48 orang.

Hasil karakteristik dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan Flazz BCA untuk mengirim uang sebesar 20% atau sebanyak 20 orang, untuk berbelanja daring sebesar 10% atau sebanyak 10 orang, untuk membayar tagihan sebesar 29% atau sebanyak 29 orang, untuk mengirim pulsa sebesar 9% atau sebanyak 9 orang, dan untuk transaksi jual beli sebesar 32% atau sebanyak 32 orang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa paling banyak responden menggunakan Flazz BCA untuk transaksi jual beli yaitu dengan jumlah presentase 32% sebanyak 32 orang.

Hasil Analisis dan Pembahasan



Sumber: WarpPLS 6.0, hasil estimasi model *recursive* dengan indikator reflektif, Lampiran 7

Gambar 3
HASIL ESTIMASI MODEL

Berdasarkan gambar 3 dari hasil estimasi model diagram path dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Kegunaan (KG) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Berkelanjutan (PB).
2. Kepercayaan (KP) berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan Berkelanjutan (PB).
3. Gender memoderasi Pengaruh Kegunaan (KG) terhadap Penggunaan Berkelanjutan (PB).

Pengaruh Kegunaan terhadap Penggunaan Berkelanjutan Flazz BCA

Kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, Bagozzi, & Warshaw dalam (Humbani & Wiese, 2019). Persepsi kegunaan sangat terkait dengan produktivitas, hal ini menunjukkan jika pengguna menganggap layanan berguna, maka layanan ini dapat meningkatkan kinerja dan produktivitas kerja, dan meningkatkan efektivitas dan kegunaan (Amin, H dalam (Williams, 2016).

Pada penelitian ini dapat diketahui dari Gambar 4.12 hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan Berkelanjutan dengan nilai $P=0.01$ yang berarti <0.05 . Kegunaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Berkelanjutan karena, Responden merasa Flazz BCA meningkatkan kelancaran pembayaran, keberhasilan pembayaran dan pembayaran melalui Flazz BCA dianggap bermanfaat dan cukup memenuhi kriteria yang diinginkan pelanggan untuk selalu menggunakannya di masa yang akan datang atau secara terus menerus.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Michael Humbani, 2019) menyatakan bahwa Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan berkelanjutan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Penggunaan Berkelanjutan Flazz BCA

Kepercayaan adalah faktor penting dalam meyakinkan konsumen bahwa bank atau perusahaan melindungi informasi mereka. Situasi ketidakpastian menghambat hubungan perdagangan, yang mengakibatkan kerugian manfaat dan kepuasan kompetitif dan peningkatan biaya (Chechen et al., 2016). Duene et. (2012). Mengusulkan bahwa kepercayaan secara langsung mempengaruhi niat untuk menggunakan sarana pembayaran mobile. Penggunaan sarana digital untuk melakukan transaksi komersial sudah memunculkan kebutuhan akan kepercayaan dalam hubungan (Chechen et al., 2016).

Pada penelitian ini dapat diketahui dari Gambar 4.12 hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan Berkelanjutan dengan nilai $P=0.01$ yang berarti <0.05 . Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Berkelanjutan karena, responden percaya bahwa Flazz BCA merasa aman, dapat diandalkan, segera menginformasikan jika terjadi kesalahan, dan responden yakin bahwa transaksi melalui Flazz BCA akan selalu transparan, sehingga responden akan tetap menggunakannya di masa yang akan datang atau secara terus menerus. Penelitian ini memiliki kesamaan hasil analisis dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Pinochet Luis H C, et al. (2019). Dimana penelitian tersebut menghasilkan analisis bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi penggunaan berkelanjutan.

Pengaruh Moderasi Gender

Gender dapat diartikan sebagai pembeda antara laki-laki dan wanita yang tidak hanya mengacu pada perbedaan biologis atau seksualnya, tetapi juga Pengertian gender di definisikan sebagai aturan atau normal perilaku yang berhubungan dengan jenis kelamin dalam suatu sistem masyarakat. Karena itu gender sering kali diidentikkan dengan jenis kelamin atau sex. Meski sebenarnya kedua

jenis kata ini yaitu sex dan gender memiliki konsep yang berbeda. Lelaki dan wanita secara seksualitas di bedakan berdasarkan alat kelamin yang dimilikinya. Namun, secara gender perbedaan tersebut tidak menjamin perbedaan gender.

Pada penelitian ini dapat diketahui dari Gambar 4.12 hasil estimasi model diagram path menunjukkan bahwa Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Penggunaan Berkelanjutan dengan moderasi Gender dengan nilai $P < 0.05$ yang berarti sama dengan 0.05 . Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa gender memoderasi hubungan laki-laki dan perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat Kegunaan Flazz BCA pada laki-laki sebesar 75% dikarenakan penggunaan dalam kehidupan sehari-hari seperti bertransaksi dan membayar segala tagihan karena beranggapan bahwa layanan Flazz BCA sangat terpercaya dan memudahkan dalam bertransaksi. Sedangkan, tingkat Kegunaan Flazz BCA pada perempuan lebih rendah sebesar 25% dikarenakan penggunaan Flazz BCA hanya untuk keperluan mendesak dan lebih menggunakannya untuk menyimpan uang.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada keseluruhan dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Kegunaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Berkelanjutan, karena responden merasa Flazz BCA meningkatkan kelancaran pembayaran, keberhasilan pembayaran dan pembayarannya melalui Flazz BCA dianggap bermanfaat dan cukup memenuhi kriteria yang diinginkan pelanggan untuk selalu menggunakannya di masa yang akan datang atau secara terus menerus.
2. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Berkelanjutan

karena responden percaya bahwa Flazz BCA merasa aman, dapat diandalkan, segera menginformasikan jika terjadi kesalahan, dan responden yakin bahwa transaksi melalui Flazz BCA akan selalu transparan, sehingga responden akan tetap menggunakannya dimasa yang akan datang atau secara terus menerus.

3. Gender memoderasi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Berkelanjutan.

Keterbatasan penelitian yang dilakukan baik secara teoritik, metodologis dan teknis pada penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan Bank BCA yang menggunakan Flazz BCA, sehingga terbatas untuk mendapatkan responden.
3. Wilayah penelitian ini hanya di Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan bagi pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah pengetahuan dan teori terkait Flazz BCA. Dan peneliti juga sebaiknya menggunakan variabel lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi penggunaan berkelanjutan.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperbanyak jumlah responden selain masyarakat di daerah Surabaya.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan jika menggunakan moderasi gender proporsi sampel dalam kuesioner diharapkan

seimbang 50% - 50% antara laki-laki dan perempuan.

4. Bank BCA diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dan kegunaan pada Flazz BCA, BCA juga diharapkan meningkatkan kualitas keamanan terhadap kartu Flazz BCA yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga dapat bersaing dengan *fintech* lainnya. Mengingat berdasarkan sumber: Sharing Vision 2011-2013 dalam Mahayana (2014) (data diolah) responden lebih banyak menggunakan E-money MANDIRI dibandingkan Flazz BCA.

DAFTAR RUJUKAN

- Amin, H. (2007). *Internet Banking Adoption Among Young Intellectuals*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 1-13.
- Amin Mohd Rizal Abdul Hamid, Suddin Lada and Zuraidah Anis. (2008). *The Adoption of Mobile Banking in Malaysia: The Case of Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)*. *International Journal of Business and Society*, Vol. 9 No. 2.
- Chechen, Chuang-chun Liu, and Kuanchin Chen. 2011. "Electronic Commerce Research and Applications Examining the Impact of Privacy, Trust and Risk Perceptions beyond Monetary Transactions : An Integrated Model" *Electronic Commerce Research and Applications* 10 (6). Elsevier B.V.: 702-15. doi:10.1016/j.elerap.2011.07.003.
- Contreras Pinochet, L. H., Diogo, G. T., Lopes, E. L., Herrero, E., & Bueno, R. L. P. (2019). *Propensity of contracting loans services from FinTech's in Brazil*. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2018-0174>.
- Chen, C., Zhang, K. Z. K., Gong, X., Zhao, S. J., Lee, M. K. O., & Liang, L. (2017). *Examining the effects of motives and gender differences on smartphone addiction*. *Computers in Human Behavior*, 75, 891-902. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.07.002>
- Ghozali, I. (2013). *Analisa Multivariate Program SPSS Update PLS Regret*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. L. (2014). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi Kedua*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hutabarat, E. (2017). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan*. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Vol.3 No.1.
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). *An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps*. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Jeong, & Yoon. (2013). *An Empirical Investigation on Consumer Acceptance of Mobile Banking Services*. *Business and Management Research*.
- Kim, H. W. (2004). *Comparison of Online Trust Building Factors between Potential Customers and Repeat Customers*. *Journal of the Association for Information Systems*, 392-420.
- Latan, I. (2014). *Partial Least Square Concept Metode Aplikasi Menggunakan Program Warp PLS 4.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mathwick, C., Malhotra, N., & Rigdon, E. (2001). *Experiential value*:

- condeptualization, measurement and application in the catalog and Internet shopping environment. *Journal of Retailing*, 77(1), 39–56.
- Malhotra, N. (2014). *Basic Marketing Research* Hal 318. England: Pearson Education.
- Na, W. M. (1999). Mengukur kekuatan merek: Memvalidasi model untuk mengoptimalkan ekuitas merek. *Journal of Product dan Manajemen Merek*, 170-184.
- Noor, J. (2011). *Metode penelitian*. Jakarta: Prenzada Media Group.
- Rushandie, R. (2014, November 18). *Perkembangan Teknologi dan Komunikasi*. Retrieved from Kompas: <http://ekonomi.kompasiana.com/monev/2014/11/18/menuju-gaya-hidup-di-era-less-cash-society-687296.html>.
- Ramayah, T dan Ignatius, J. 2005. *“Impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Intention to Shop Online” ICFAI Journal of Systems Management*.
- Rio Jumardi, I. H. (2015). Analisis Kesuksesan Implementasi Sistem Informasi Skripsi Pada Program Studi Teknik Informatika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. *Jurnal Teknik Informasi*, Hal 7-13.
- Setterstrom, A. J., Pearson, J. M., and Orwig, R. A. 2012. *“Web-Enabled Wireless Technology: An Exploratory Study of Adoption and Continued Use Intention,” Behavior & Information Technology, iFirst article, pp. 1-16*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Zulaikha. 2006. *Pengaruh Interaksi Gender, Kompleksitas Tugas dan Pengalaman Auditor Terhadap Audit Judgment. (Sebuah Kajian Eksperimental Dalam Audit Saldo Akun Persediaan)*. SNA 9 Padang.