

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi telah memberi dampak ke berbagai bidang, tak terkecuali dibidang system pembayaran, khususnya system pembayaran ritel dengan munculnya instrument pembayaran yang dikenal sebagai *electronic money* (untuk selanjutnya disebut *e-money*). Penggunaan *e-money* sebagai alternatif alat pembayaran non-tunai di beberapa negara menunjukkan adanya potensi yang cukup besar untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai, khususnya untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat mikro sampai dengan ritel. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mendorong perkembangan *e-money* yang sebelumnya diatur sebagai kartu prabayar berkembang tidak hanya dalam bentuk kartu namun juga dalam bentuk lainnya. Di sisi lain, perkembangan *e-money* dapat digunakan sebagai alternatif alat pembayaran non tunai yang dapat menjangkau masyarakat yang selama ini belum mempunyai akses kepada sistem perbankan (PBI, Nomor 11/12/PBI/2009 dan Perubahan Nomor 16/8/PBI/2014).

Berdasarkan Undang-Undang No.3 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam rangka mengatur dan menjaga kelancaran system pembayaran adalah menetapkan penggunaan alat pembayaran. Penetapan penggunaan alat pembayaran ini dimaksud agar alat pembayaran yang digunakan dalam masyarakat memenuhi persyaratan keamanan dan efisiensi bagi penggunaanya. Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberi dampak terhadap munculnya

inovasi-inovasi baru dalam pembayaran elektronik (*Electronic Payment*). *E-money* yang pada dasarnya ditunjukkan untuk transaksi ritel memiliki potensi untuk digunakan dalam bertransaksi dalam kebutuhan sehari-hari termasuk makanan, minuman, dan transportasi. (BI, Laporan system Pembayaran dan Pengelolaan Uang 2012).

Meningkatnya mobilitas masyarakat akhir-akhir ini menjadi penyedia layanan masyarakat seperti perbankan, harus memutar otak untuk melakukan inovasi dalam melayani semua nasabahnya. Uang adalah elemen penting dalam kehidupan manusia, perubahan uang sangat pesat mengikuti perkembangan teknologi, baik kertas maupun logam dengan *e-money*, *E-money* merupakan alternatif alat pembayaran non tunai khususnya untuk pembayaran mikro sampai dengan ritel. Munculnya *E-Money* dilatarbelakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Perubahan Nomor 16/8/PBI/2014 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Indonesia. *E-Money* sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupan terutama untuk transaksi berskala mikro.

Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, pola hidup masyarakat dan system pembayaran dalam transaksi ekonomi terus meningkat. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Perkembangan transaksi ekonomi dewasa ini telah melahirkan pola pemikiran baru yang turut berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Sejalan dengan perkembangan zaman teknologi yang pesat, pola dan system pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Begitupun pada bank yang memberikan inovasi baru pada

masyarakat untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Kemajuan teknologi dalam pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai umumnya di lakukan tidak dengan cara transfer antar bank ataupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri.

Pembayaran non tunai umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran tetapi dengan cara transfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu, pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan fasilitas yang diberikan bank sebagai alat pembayaran, seperti dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit dan *e-money*. Ketika sistem pembayaran dituntut untuk selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal pemindahan dana secara cepat, aman, dan efisien, maka inovasi-inovasi teknologi sistem pembayaran akan berkembang dengan sangat pesat disertai berbagai fasilitas kemudahan dalam melakukan transaksi (Ramadani, 2016)

*E-Money* merupakan produk *stored-value* atau *prepaid*, dimana sejumlah nilai uang tersimpan dalam peralatan elektronik. Nominal uang yang tersimpan secara elektronik dilakukan dengan menukarkan sejumlah uang atau melalui pendebitan rekening bank yang kemudian disimpan dalam peralatan elektronik. Dengan alat elektronik yang sudah tersimpan dana, nasabah dapat melakukan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi. *E-money* juga membawa banyak manfaat dalam kehidupan sehari-hari bagi konsumen, perusahaan transportasi umum, pengecer dan *e-money* emiten, penetrasi *e-money*. *E-money* menyebar sangat pesat di seluruh dunia, terutama di Asia. *E-money* terutama digunakan untuk ongkos transportasi dan belanja retail. Namun ada beberapa masalah dengan penggunaan *e-money*, yakni berkaitan dengan keamanan,

perlindungan konsumen, dan privasi perlindungan. Hal ini harus dicegah agar kegiatan pemalsuan tidak terjadi dan menghindari kerugian terkait dengan *e-money* serta dapat melindungi informasi pribadi dan data sejarah pembelian pribadi (Watabe, 2014).

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *Financial Inclusion Index (Global Findex)* pada 2014, hanya 36% atau setara 90 juta penduduk dewasa Indonesia yang memiliki rekening di bank. Secara persentase, angka ini lebih rendah bila dibandingkan negara-negara lain di kawasan Asia Tenggara. Tapi, secara jumlah jelas sangat besar.

Sebagai perbandingan, penetrasi keuangan Indonesia kalah dari Kamboja yang 39% penduduknya memiliki rekening bank. Sedangkan di Thailand, angkanya mencapai 78% dan Malaysia 81%. Di Singapura, hanya 4% penduduknya yang tidak memiliki rekening bank.

Menurut Bank Indonesia, ada dua hal yang menyebabkan jumlah pemilik rekening bank di Indonesia masih sedikit. Pertama, permintaan masyarakat yang terbatas. Ini dikarenakan masyarakat harus menempuh jarak yang jauh ketika mengunjungi kantor cabang bank, antrian yang memakan waktu lama, hingga dokumen yang dibutuhkan terlalu banyak. Kedua, tidaklah mudah bagi suatu perbankan untuk membuka kantor cabang baru. Investasi yang dibutuhkan cukup mahal seperti menyediakan lahan, sumber daya manusia, hingga sistem jaringan.

Bank Indonesia menjelaskan bahwa pemerintah menargetkan sekitar 75% penduduk Indonesia pada 2019 bisa memiliki rekening bank. Pemerintah juga berupaya agar masyarakat yang mendapat akses keuangan adalah yang berpenghasilan terendah, pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UKM), pekerja migran, perempuan dan

pelajar. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Bank Indonesia adalah menambah jumlah agen lembaga keuangan digital yang saat ini telah mencapai 140.743 dan tersebar di 489 kabupaten atau kota.

Upaya pemerintah ini juga didukung banyak pelaku, baik pemain di industri perbankan dan telekomunikasi. Para pelaku perbankan dan telekomunikasi ini mengeluarkan produk berbasis uang elektronik (*e-money*). *E-money* diluncurkan agar semakin banyak masyarakat yang dapat mengakses layanan keuangan dari perbankan. Keberadaan *e-money* diharapkan mendorong terwujudnya *cashless society*.

Sedikit kilas balik, Bank Indonesia pertama kali menerbitkan izin tentang *e-money* pada 2009 melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009. Data Bank Indonesia mencatat, jumlah uang elektronik yang beredar pada 2016 sebanyak 51,3 juta kartu. Sementara, volume transaksi melalui *e-money* mencapai 683,2 juta kali dengan nilai Rp 7,1 triliun.

Bila dilihat secara jumlah, transaksi, dan volume, *e-money* terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan tersebut jauh bila dibandingkan pertumbuhan kartu kredit dan kartu ATM yang pertumbuhannya cenderung stagnan. Sebagai catatan, jumlah kartu ATM dan debit di Indonesia pada 2015 terdapat 112,9 juta kartu. Sementara jumlah kartu kredit di Indonesia pada 2015 mencapai 16,9 juta kartu. Nilai transaksi melalui kartu kredit di 2015 mencapai Rp 281,3 triliun, sementara nilai transaksi melalui kartu ATM dan Debit mencapai Rp 4,4 kuadriliun.

Bila merunut data yang ada, tentunya *e-money* menjadi salah satu alternatif yang amat potensial untuk menggenjot peningkatan inklusi keuangan. Perusahaan

telekomunikasi dan perbankan pun berlomba-lomba mengeluarkan layanan dan produk *e-money*. Hampir seluruh perbankan besar di Indonesia saat ini memiliki layanan *e-money*, hal yang sama juga terjadi di perusahaan telekomunikasi. Hebatnya, langkah mereka juga dibuntuti oleh pelaku *fintech startup* yang memiliki skala lebih kecil namun pergerakannya amat lincah.

Pelaku *e-money* dari perusahaan telekomunikasi, Dompetku, beranggapan bahwa kompetisi di *e-money* adalah saling melengkapi. “Kami mengisi celah yang tidak diambil oleh perbankan. Sampai tahun ini, setidaknya ada lebih dari 135 pelaku *fintech startup* berdasarkan data Indonesia *Fintech Association*. Sekitar 43% dari jumlah tersebut bergerak di bidang pembayaran. Beberapa pemain *fintech startup* yang bergerak di sektor pembayaran adalah Doku, Kartuku, Midtrans, Kesles, Go-Pay dan masih banyak lagi.

Perkembangan *e-money* saat ini seiring dengan meningkatnya jumlah penyelenggara *e-money* dan meningkatnya jumlah transaksi *e-money* serta meningkatnya jumlah infrastruktur *e-money*, tidak diiringi oleh meningkatnya jumlah kepemilikan dan penggunaan *e-money*, hal ini berdasarkan data jumlah *e-money* yang beredar tahun 2015-2017 yang mengalami penurunan, sehingga mengindikasikan minat masyarakat masih rendah dalam penggunaan *e-money*. Perkembangan penyelenggara sektor *e-money* saat ini terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, sebagaimana data yang telah di himpun bank Indonesia sebagai berikut.

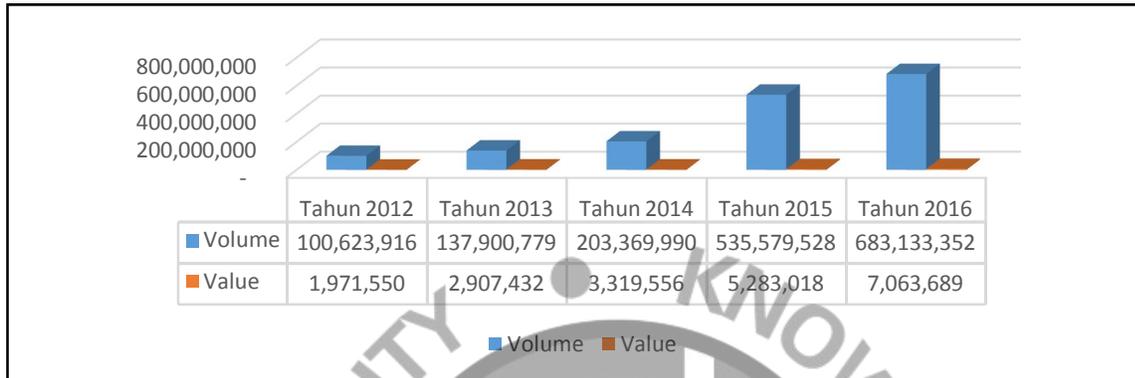
**Tabel 1.1**  
**Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang Telah Memperoleh**  
**Izin dari Bank Indonesia per 14 September 2017**

No.	Nama Penyelenggara/Penerbit	Produk Uang Elektronik (E-Money)
1	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	Mynt
2	PT Bank Central Asia Tbk	Flazz, Sakuku, Flazz Danamon
3	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
4	PT Bank DKI	Jakcard
5	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	emoney, ecash, Blink (BTN), eTollcard (Jasa Marga), Indomaret Card, GazCard (Pertamina)
6	PT Bank Mega Tbk	Megacash
7	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Tapcash, UnikQu
8	PT Bank Nationalnobu	Nobu E-Money
9	PT Bank Permata	BBM Money
10	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Brizzi
11	PT Finnet Indonesia	Mobile Cash
12	PT Indosat, Tbk	PayPro (dulu Dompotku)
13	PT Nusa Satu Inti Artha	Doku
14	PT Skye Sab Indonesia	Skyedit
15	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	T-Money
16	PT Telekomunikasi Seluler	Tcash
17	PT XL Axiata, Tbk	XL Tunai
18	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	PonselPay (diakuisi Gojek)
20	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney (Witami Syariah)
21	PT Espay Debit Indonesia Koe	uNIK
22	PT Bank QNB Indonesia Tbk	DooEt
23	PT BPD Sumsel Babel	BSB Cash
24	PT Buana Media Teknologi	GVE Money
25	PT Bimasakti Multi Sinergi	SpeedCash
26	PT Visionet Internasional	OVO

*Sumber : Bank Indonesia 2017*

Saat ini transaksi penggunaan *e-money* juga mengalami peningkatan setiap tahunnya, sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut ini :

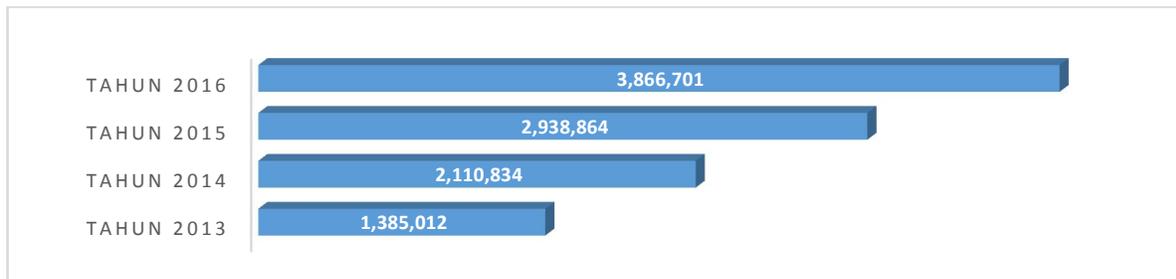
**Gambar 1.1**  
**Transaksi Penggunaan E-Money Tahun 2015-2016**



**Sumber : Bank Indonesia 2017**

Penetrasi penggunaan *e-money* dalam transaksi pembayaran saat ini mengalami peningkatan. Peningkatan infrastruktur *e-money* seperti mesin *reader* menyebabkan penggunaan *e-money* semakin mudah, hal ini disebabkan *top up* atau isi ulang yang sebelumnya hanya dapat dilakukan di ATM karena kartu menggunakan sistem *chip* untuk transfer dan penyimpan data saat ini *top up* dapat dilakukan melalui *handphone* maupun secara *online*. Berdasarkan data bank Indonesia tahun 2015, Infrastruktur *E-Money* juga mengalami peningkatan, seperti ditunjukkan pada gambar berikut ini :

**Gambar 1.2**  
**Infrastruktur E-Money Tahun 2013-2016**

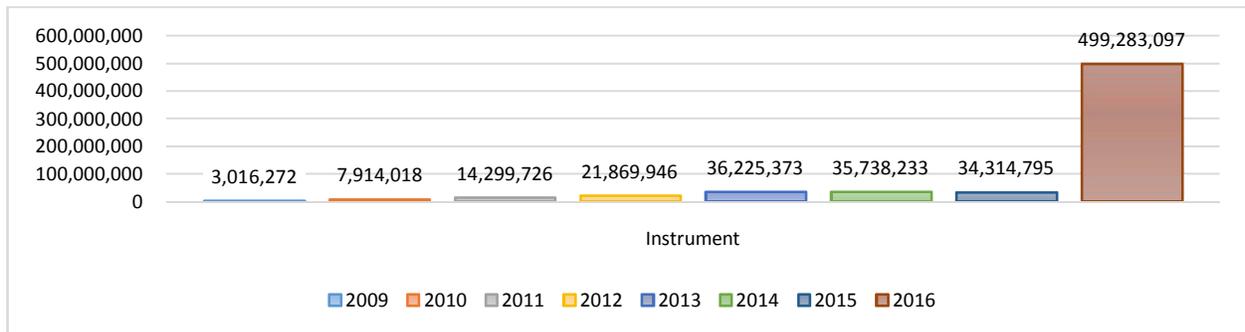


*Sumber : Bank Indonesia 2017*

*E-Money* sangat berguna dan efisien namun masih banyak masyarakat yang belum menggunakan layanan ini, sebagaimana data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia tahun 2017 mengenai jumlah *e-money* yang beredar dari tahun 2012 sampai dengan 2016 dimana pada tahun 2016 jumlah *e-money* beredar mengalami penurunan menjadi tiga puluh empat juta tiga ratus empat belas ribu tujuh ratus Sembilan puluh lima *e-money* (34.314.795) dari tahun sebelumnya tahun 2014 sebanyak tiga puluh lima juta tujuh ratus tiga puluh delapan ribu dua ratus tiga puluh tiga *e-money* (35.738.233).

Menurut penggunaan *e-money* pada Restoran, Toko Retail dan Mall di Jakarta tidak lepas dari permasalahan manfaat, kemudahan penggunaan, promosi, regulasi dan kepercayaan pada produk *e-money*. Oleh karena itu pihak perbankan juga perlu mengkaji lebih lanjut faktor-faktor apa saja yang digunakan untuk menarik minat seseorang dalam menggunakan layanan *E-Money* tersebut. Berdasarkan data dari bank Indonesia mengenai jumlah *e-money* yang beredar dimana pada tahun 2011 hingga tahun 2013 jumlah *e-money* yang beredar mengalami peningkatan cukup signifikan sedangkan pada tahun 2014 hingga tahun 2015 jumlah *e-money* yang beredar mengalami penurunan, sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut ini :

**Gambar 1.3**  
**E-Money Yang Beredar Tahun 2009-2016**



**Sumber : Bank Indonesia 2017**

Berdasarkan tabel 1.1 jumlah penyelenggara *e-money*, jumlah transaksi *e-money* sebagaimana data pada gambar 1.1 dan jumlah infrastruktur *e-money* sebagaimana data pada gambar 1.2 mengalami peningkatan namun minat masyarakat masih rendah pada penerapan di toko *retail* sebagaimana data pada gambar 1.3 menunjukkan peningkatan di sektor transportasi. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya adalah kurangnya sosialisasi, edukasi dan masih banyak keluhan pengguna karena ketidaktahuan petugas kasir dalam penggunaan *e-money* sehingga membuat penggunaan *e-money* yang seharusnya lebih cepat dan mudah menjadi lebih lama.

*E-Money* merupakan alat pembayaran kartu elektronik yang memiliki karakteristik berbeda dibanding dengan jenis kartu lainnya. Pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan *e-money* tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan keterkaitan secara langsung (*online* atau *realtime*) dengan rekening nasabah di bank. Sehingga dari satu sisi memberikan manfaat pada si pemilik untuk menyelesaikan berbagai transaksi dengan kartu *e-money*, memudahkan penggunaannya, ketertarikan karena promosi yang dilakukan dan kepercayaan pada produk yang dikeluarkan penyelenggara sehingga memunculkan minat untuk menggunakan *e-money*.

Priambodo (2016) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. *Perceived usefulness* (persepsi manfaat) didefinisi sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari definisi tersebut diketahui bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya. Sedangkan Kuswanto (2016) mempersepsikan kemudahan sebagai keyakinan yang dimiliki oleh individu bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang keras. Jika individu yakin bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika individu tersebut yakin bahwa penggunaan teknologi tersebut rumit, maka ia tidak akan menggunakannya. Selanjutnya Menurut Umar (2008:134-135) dalam manajemen pemasaran, promosi biasanya dipecah menjadi empat cara, yaitu: periklanan (*Advertising*), Kehumasan (*Public Relation*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) dan penjualan perseorangan (*Personal Selling*). Sementara itu menurut Tjiptono (2015:415) mengemukakan kepercayaan merupakan faktor paling penting dalam setiap relasi. Sheth dan Mital dalam Tjiptono mengemukakan *trust* bisa diartikan sebagai kesediaan untuk mengandalkan kemampuan, integritas dan motivasi pihak lain untuk bertindak dalam rangka memuaskan kebutuhan dan kepentingan seseorang sebagaimana disepakati. Sedangkan minat menurut dalam Wibowo et al, (2015) didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan sesuatu.

Department Store di Jakarta tidak lepas dari keempat permasalahan diatas, menurunnya minat penggunaan layanan e-money diindikasikan oleh kemanfaatan, kemudahan, promosi dan kepercayaan pada produk *e-money*,

Penggunaan uang elektronik memiliki banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi dan saling berkaitan. Pertama adalah kemudahan, kemudahan yang ditawarkan dalam menggunakan uang elektronik dapat mempengaruhi para pengguna dan calon pengguna untuk menerbitkan uang elektronik. Kemudahan juga menjadi salah satu alasan pengguna untuk menggunakan terus uang elektroniknya. Kedua adalah kemampuan finansial, kemampuan finansial dapat dianggap sesuatu yang vital dalam perekonomian, karena merupakan sumber daya dalam menggerakkan perputaran uang. Selain itu dengan adanya kemampuan finansial dapat memudahkan pengguna untuk mengisi uang elektroniknya, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan finansial dapat mempengaruhi kemudahan dalam penggunaan uang elektronik. Ketiga adalah perilaku konsumen, seperti yang telah dibahas pada landasan teori diatas perilaku konsumen memiliki banyak indikator, seperti motivasi, persepsi, kepercayaan dan pembelajaran dimana kesemua aspek tersebut dapat mempengaruhi minat dalam penggunaan e-money.

Faktor-faktor pendukung tersebut di atas bahwasanya menunjukkan Layanan *e-money* (uang elektronik) masih didominasi masyarakat golongan menengah ke atas karena di dukung oleh kemudahan yang diberikan *e-money* dalam isi ulang dan transaksi. Dan memudahkan dalam mengatur cash flow dikarenakan memiliki batasan saldo.

Dalam penelitian ini penulis menganalisis mengenai *less cash society* sebagai model baru dalam menganalisis konsumsi kelas menengah - atas Indonesia. model tersebut menggunakan teknologi kartu uang elektronik (*e-money*) dalam merubah pola konsumsi kelas menengah - atas Indonesia. Semula berwujud tunai kini menjadi non tunai dalam melakukan transaksi pembayaran di pusat

perbelanjaan. Tujuannya adalah mengefisiensikan transaksi konsumsi maupun belanja bagi kelas menengah - atas Indonesia. Pola konsumsi kelas menengah - atas Indonesia sendiri mengalami transisi dari pemenuhan kebutuhan hidup menjadi kebutuhan simbolis. Adanya pengejaran terhadap identitas dan gaya hidup itulah yang menjadikan konsumsi kelas menengah - atas Indonesia kini lebih bersifat sekunder. Penggunaan uang elektronik sendiri secara tidak langsung mempengaruhi pola transisi konsumsi itu.

Selanjutnya peneliti berdasarkan hasil kajian teori, beberapa faktor pendukung dan peneliti sebelumnya maka judul penelitian ini adalah : ***“Analisis Faktor - Faktor Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Sikap dan Perilaku Dalam Menggunakan Electronic Money Pada Luxury Department Store di Jakarta.”***

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Faktor Manfaat dalam Menggunakan *E-Money Card* berpengaruh terhadap Sikap dan Perilaku Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?
2. Apakah Faktor Kemudahan Penggunaan dalam Menggunakan *E-Money Card* berpengaruh terhadap Sikap dan Perilaku Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?
3. Apakah Faktor Daya Tarik Promosi dalam Menggunakan *E-Money Card* berpengaruh terhadap Sikap dan Perilaku Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?

4. Apakah Faktor Kepercayaan dalam Menggunakan *E-Money Card* berpengaruh terhadap Sikap dan Perilaku Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?
5. Apakah Faktor Sikap dalam menggunakan *E-Money Card* berpengaruh terhadap Perilaku Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor manfaat terhadap Sikap dan Perilaku Dalam Menggunakan *E-Money Card* Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor kemudahan penggunaan terhadap Sikap dan Perilaku Dalam Menggunakan *E-Money Card* Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor daya Tarik promosi terhadap Sikap dan Perilaku Dalam Menggunakan *E-Money Card* Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor kepercayaan terhadap Sikap dan Perilaku Dalam Menggunakan *E-Money Card* Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?

5. Untuk Mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor sikap terhadap perilaku dalam Menggunakan *E-Money Card* Pada Konsumen *Luxury Department Store* di Jakarta?

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat bagi penulis, pihak pebisnis, akademisis dan Bank Indonesia sebagai pengambil keputusan. Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak Pebisnis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pemikiran bahwa dengan menjadi *merchants* dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas, karena dengan memperluas bisnis artinya sama saja dengan meningkatkan keuntungan, efisiensi dan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Akademisi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran serta implementasi ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan *e-money*.

3. Bagi Perbankan & Perusahaan Penerbit.

Dengan adanya alat pembayaran *e-money* yang merupakan bagian dari kebijakan dalam system pembayaran oleh Bank Indonesia akan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus dapat berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan.

## 1.4 Lingkup Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Sikap dan Perilaku dalam menggunakan *Electronic Money* Pada *Luxury Department Store* di Jakarta. Didalam penelitian ini tidak ada karakteristik khusus dalam menentukan kota sebagai sampel, dikarenakan *e-money* yang dikeluarkan oleh penyelenggara masih bergantung kepada ketersediaan infrastruktur mesin *reader* atau *Electronic Data Capture* (EDC) oleh setiap tenant yang melakukan kerjasama dengan penerbit kartu dalam hal ini *Luxury Department Store* di Jakarta untuk melakukan transaksi keuangan sehingga setiap pelanggan yang menggunakan dan mengetahui hal tersebut dapat menikmati transaksi menggunakan *e-money*. Untuk memastikan adanya keterwakilan di seluruh wilayah Jakarta, maka peneliti mengambil sampel dari 5 *Department Store* Menengah Keatas (*upper class market*) di Jakarta.

Nama Store	Lokasi
Central Department Store	Grand Indonesia Jakarta
	Neo Soho Jakarta
Seibu Department Store	Grand Indonesia Jakarta
Galleries Lafayette	Pacific Place Mall Jakarta
Lotte Department Store	Lotte Shopping Avenue Jakarta
Parkson Department Store	Center Point Medan
	Lippo Mall Puri Jakarta
	Hartono Mall Yogyakarta

Sumber : Aprindo 2017

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pengisian kuesioner secara *online* menggunakan *googledocs* dengan basis data pemegang member loyalty program di setiap *Luxury Department Store* dikarenakan penyebaran kuesioner secara *online* dapat menghemat waktu dan biaya dari penelitian.