

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 GoPay

GoPay merupakan salah satu dompet digital yang berfungsi untuk menyimpan uang di dalamnya dan dapat mempermudah para pengguna ketika melakukan transaksi digital. Pada awal peluncurannya di tahun 2015, GoPay menyatu dengan GoJek, sehingga memungkinkan para penggunanya untuk mengakses GoPay melalui aplikasi GoJek. Berselang 3 tahun kemudian, pada tahun 2018, GoPay secara resmi dipisahkan sehingga tidak lagi harus diakses melalui aplikasi GoJek dan berfungsi sebagai dompet digital yang kemudian dapat digunakan untuk mencakup transaksi yang lebih luas lagi.

Hingga pada saat ini, GoPay tidak hanya menjadi perangkat yang berguna sebagai penyimpanan uang digital saja, tetapi juga dapat digunakan untuk penarikan uang tunai, mentransfer uang baik ke sesama pengguna GoPay maupun ke rekening bank, pembayaran berbagai macam tagihan, dan banyak lagi fungsi lainnya.

Melansir dari situs resmi GoPay, terdapat beberapa fitur yang dapat dimaksimalkan oleh para penggunanya. Beberapa fitur tersebut antara lain:

1. Bayar

Fitur ini digunakan untuk melakukan kegiatan transaksi atau pembayaran di Rekan Usaha GoPay secara offline maupun di toko *online*

2. *Top Up*

Berfungsi sebagai fitur untuk melakukan pengisian saldo GoPay.

3. Eksplor

Fitur ini digunakan untuk melihat GoPay *Feed*, yaitu tempat di mana kita bisa berbagi momen dengan teman dan keluarga ketika menggunakan GoPay, dan juga untuk melihat fitur-fitur GoPay lainnya.

4. Minta

Dapat digunakan untuk mengeluarkan kode QR GoPay untuk menerima transfer saldo dari pengguna lain, atau mengajukan permintaan saldo GoPay secara langsung dari daftar kontak.

5. PayLater

Mengaktifkan layanan PayLater, yaitu metode pembayaran di mana para pengguna dapat memesan berbagai layanan GoJek kapan saja dan hanya membayar satu kali di akhir bulan. Kemudian untuk melihat histori transaksi PayLater, melihat dan membayar tagihan, serta mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan mengenai PayLater.

6. Riwayat

Fitur ini tentunya dapat digunakan untuk melihat riwayat transaksi yang telah dilakukan sebelumnya.

7. Bantuan

Pada fitur ini, para pengguna dapat melihat halaman bantuan yang berisi berbagai informasi dan juga solusi mengenai berbagai masalah yang berhubungan dengan GoPay.

8. Pengaturan

Dalam fitur ini, pengguna dapat mengatur beberapa hal, seperti mengatur fitur sidik jari/*Face ID* untuk pembayaran, metode pembayaran, pin GoPay, dan mengelola aplikasi yang terhubung dengan GoPay.

9. Tarik Tunai

Dengan fitur ini, para pengguna dapat melakukan penarikan uang tunai tanpa kartu dari mesin ATM BCA menggunakan saldo GoPay.

10. Plus

Para pengguna dapat meningkatkan akunnya menjadi GoPay *Plus* dengan fitur ini untuk dapat menggunakan layanan yang lebih banyak lagi.

11. GoTagihan

Fitur ini memungkinkan para penggunanya untuk dapat membayar berbagai macam tagihan, membeli voucher produk digital, hingga melakukan isi ulang pulsa, dll.

Itulah beberapa fitur yang disediakan oleh GoPay dalam memaksimalkan layanannya terhadap para pengguna, sehingga dapat merasakan kemudahan dalam bertransaksi di era yang dipenuhi oleh kemajuan teknologi sekarang ini.

1.1.1.1 Logo GoPay



Gambar 1. 1 Logo GoPay

Sumber: (GoPay, 2023)

1.1.2 Kota Bandung

Berdasarkan situs resmi Kota Bandung, Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat dan terbesar ke-3 di Indonesia, sekaligus menjadi ibu kota Provinsi Jawa Barat. Selain itu, Kota Bandung juga terkenal sebagai salah satu pusat pendidikan, pariwisata, perdagangan, dan juga industri. Kota Bandung sendiri memperlihatkan laju pertumbuhan yang baik.

Pada tahun 2021, berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung, jumlah penduduk yang berada di Kota Bandung berjumlah 2.452.943 jiwa, yang dapat dibagi berdasarkan jenis kelamin yaitu penduduk pria sebesar 50,35% sejumlah 1.235.134 jiwa, sedangkan penduduk wanita sebesar 49,65% dengan jumlah 1.217.809 jiwa. Kemudian jika dijabarkan kembali secara terperinci berdasarkan kelompok usia, penduduk dengan rentang usia 0-14 tahun memiliki persentase sebesar 22,48% dengan jumlah penduduk sebanyak 551.427 jiwa, kemudian penduduk dengan rentang usia 15-64 tahun sebesar 70,52% sejumlah 1.729.768 jiwa, dan penduduk berusia 65 tahun ke atas dengan persentase 7% sejumlah 171.748 jiwa.

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Kota Bandung 2021

Kelompok Usia	Laki -Laki	Perempuan	Total
0-14	282.559	268.868	551.427
15-64	873.852	855.916	1.729.768
65+	78.723	93.025	171.748
Total	1.235.134	1.217.809	2.452.943

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2023)

Sebagaimana terlihat di atas, telah dibuat tabel yang menunjukkan jumlah penduduk di Kota Bandung pada tahun 2021 yang dikelompokkan berdasarkan

kelompok usia dan juga jenis kelamin. Kelompok usia dibagi berdasarkan produktivitas menjadi tiga kategori seperti halnya pembagian oleh Badan Pusat Statistik yang membaginya menjadi usia belum produktif atau usia muda yaitu 0-14 tahun, kemudian usia produktif yaitu 15-64 tahun, dan usia tidak produktif atau usia lanjut yaitu 65 tahun ke atas. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang ada di dalam kategori usia produktif jauh lebih banyak dibandingkan dengan usia non produktif.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian dunia baik di negara maju maupun negara berkembang tidak terlepas dari peran uang. Uang memainkan peran paling penting dalam setiap aspek perekonomian. Uang diyakini sebagai penggerak kegiatan ekonomi dan langkah-langkah yang harus dilakukan seseorang untuk memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Uang merupakan salah satu penemuan paling menakjubkan umat manusia, dan telah digunakan selama berabad-abad lamanya. Uang memiliki sejarah yang sangat panjang dan telah banyak berubah sesuai dengan perkembangan kehidupan manusia. Masyarakat primitif (swasembada) yang semula hidup berkelompok dan mampu memenuhi kebutuhannya, tidak membutuhkan bahkan mengenal uang sebagai alat tukar. Dan dalam pertumbuhannya, ada kebutuhan untuk pertukaran antar individu atau kelompok setelah mereka tidak dapat lagi memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan mulai membangun hubungan dengan komunitas lain di antara kelompok masyarakat tersebut. Hal ini yang kemudian melahirkan sistem barter, yang dilakukan dengan menukar satu barang dengan barang lainnya. Semua komoditas harus dapat diukur secara penuh atau sebagian dengan komoditas lain. Tetapi ketika ekonomi masyarakat berkembang menjadi lebih kompleks, sistem barter pun ditinggalkan. Hal ini pula yang kemudian memunculkan kebutuhan adanya alat yang dapat digunakan sebagai sarana melakukan kegiatan pertukaran ini. Proses penggunaan uang, berlangsung secara bertahap hingga perkembangan selanjutnya dilakukan oleh orang-orang yang menggunakan benda logam atau kertas sebagai uang. Perkembangan bentuk pengeluaran uang yang tidak konkrit sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi.

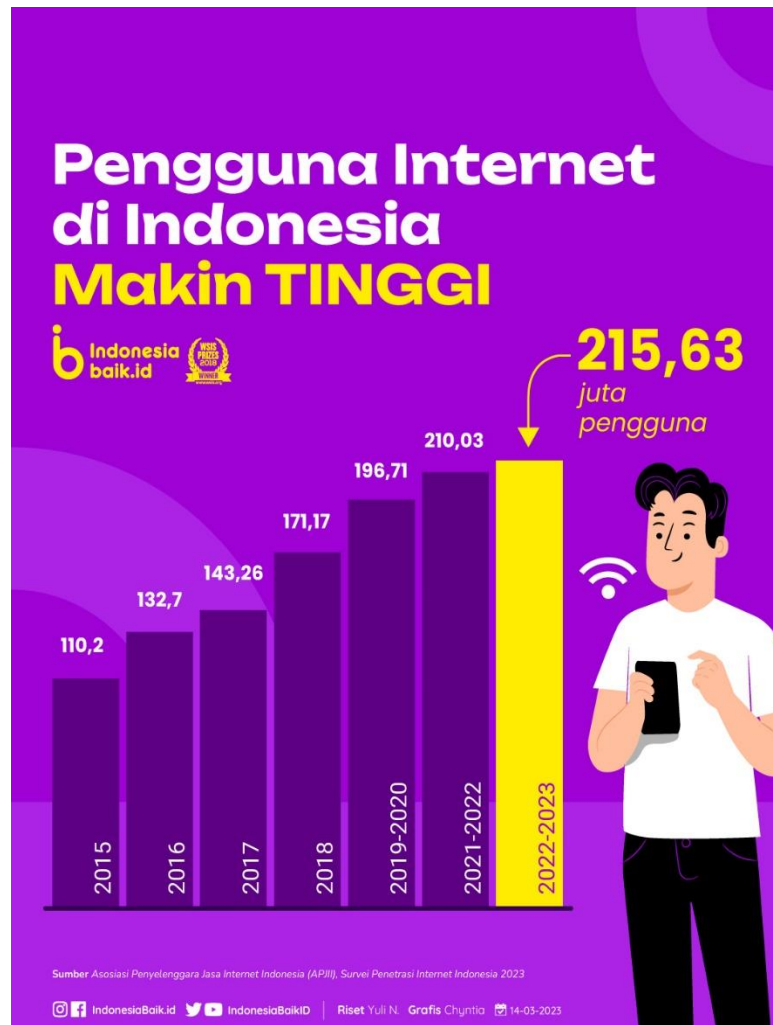
Dewasa ini, dengan berkembangnya teknologi informasi dengan sangat pesat, begitu mempengaruhi jalannya kehidupan umat manusia, sehingga kehidupan ini pun sangat didorong oleh kemajuan teknologi, dan teknologi telah menjadi bagian yang

tidak terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Orang-orang cenderung menggunakan teknologi untuk membuat pekerjaan mereka lebih mudah dan lebih efisien. Mengingat kemajuan teknologi yang begitu pesat dan juga peran penting teknologi dan keuangan, inovasi dompet digital pun lahir.

Dengan hadirnya teknologi keuangan seperti dompet digital, para penggunanya dapat melakukan pembayaran secara instan dan tanpa perlu membawa uang tunai fisik atau menunggu kembalian. Selain itu, menggunakan dompet digital juga dinilai lebih aman daripada membawa uang tunai secara fisik. Uang tunai dapat hilang atau dicuri, sementara dompet digital memiliki lapisan keamanan, seperti penggunaan PIN, sidik jari, atau pengenalan wajah untuk mengakses akun. Selain itu, transaksi menggunakan dompet digital juga dapat dilacak, memberikan keamanan tambahan dalam hal keuangan. Beberapa dompet digital juga menawarkan promosi, diskon, ataupun *cashback* kepada para penggunanya. Ini memberikan keuntungan tambahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi. Dompet digital juga dapat memberikan akses ke program loyalitas atau hadiah yang memberikan insentif lebih lanjut untuk bertransaksi.

Penggunaan dompet digital ini juga tentunya tidak lepas dari penggunaan internet. Internet memiliki hubungan yang erat dengan dompet digital, karena dompet digital bergantung pada konektivitas internet untuk dapat menjalankan fungsi-fungsinya. Koneksi internet yang stabil dan aman sangat penting dalam penggunaan dompet digital. Ketika menggunakan dompet digital, pengguna perlu terhubung ke internet untuk mengakses akun mereka, melihat saldo, melakukan transaksi, dan menerima konfirmasi pembayaran. Tanpa koneksi internet, pengguna tidak akan dapat mengakses dompet digital mereka atau melakukan transaksi keuangan. Internet juga memainkan peran penting dalam pengembangan dan evolusi dompet digital. Inovasi dan kemajuan teknologi internet telah memungkinkan pengembangan dompet digital yang lebih canggih dan memberikan fitur-fitur tambahan, seperti integrasi dengan layanan perbankan, kartu kredit, dan kemampuan untuk menyimpan informasi kartu pembayaran yang aman.

Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215.63 juta orang pada 2022-2023.



Gambar 1. 2 Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: (Nurhanisah, 2023)

Sebagaimana terlihat pada gambar di atas, jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 2,67% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya yaitu sebanyak 210,03 juta pengguna internet. Jumlah pengguna internet tersebut sama dengan 78,19% dari total penduduk Indonesia yang mana berjumlah 275.77 juta jiwa. Survei ini dilakukan pada 10-27 Januari 2023 di 38 provinsi di Indonesia dengan total sebanyak 8.510 responden.

Masyarakat pun kini cenderung memilih untuk menggunakan dompet digital sebagai alat bertransaksi daripada uang tunai, karena dianggap lebih praktis untuk digunakan di manapun dan kapanpun karena memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan hanya menggunakan perangkat ponsel pintar. Sebagaimana diungkapkan dalam riset dari Neurosensum Indonesia pada tahun 2021 bahwa jumlah

pengguna dompet digital mengalami peningkatan drastis dalam setahun terakhir setelah pandemi Covid-19.

Hal ini juga dibuktikan dengan 9 dari 10 pengguna internet di Indonesia yang berusia antara 25 hingga 35 tahun di Indonesia adalah pengguna aktif dompet digital (Adisty, 2022). Kemudian juga riset terbaru dari InsightAsia yang bertajuk “*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*” semakin menunjukkan bahwa dompet digital menjadi metode pembayaran paling populer di kalangan masyarakat digital Indonesia dibandingkan dengan metode pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa 71% responden mengaku aktif dalam menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka. Penggunaan dompet digital melampaui penggunaan metode pembayaran lain seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), Paylater (18%), kartu debit (17%), dan VA transfer (16%). Dari 71% pengguna dompet digital aktif tersebut, didapati bahwa 71% responden menggunakan GoPay sebagai metode pembayaran dalam 5 tahun terakhir, dan 58% konsumen menggunakan GoPay dalam 3 bulan terakhir. Kemudian Google Play, layanan distribusi digital yang dioperasikan dan dikembangkan oleh Google, yang berfungsi sebagai toko aplikasi resmi yang memungkinkan pengguna untuk menelusuri dan mengunduh aplikasi menobatkan GoPay dengan penghargaan sebagai aplikasi terbaik di tahun 2023. Lewat laman resminya pada tanggal 29 November 2023, Google Play mengatakan bahwa aplikasi GoPay terpilih sebagai Aplikasi Terbaik Google Play tahun 2023 dan Aplikasi Harian Terbaik.

GoPay sendiri merupakan salah satu penyedia layanan pembayaran digital yang populer di Indonesia. GoPay didirikan oleh Gojek, sebuah perusahaan teknologi yang juga terkenal dengan aplikasi ojek online. GoPay memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai jenis transaksi keuangan melalui smartphone mereka, termasuk pembelian barang dan jasa, pembayaran tagihan, transfer uang, dan masih banyak lagi.

Kemudian dalam riset dari Populix juga diungkapkan bahwa kota dengan penggunaan dompet digital terbesar ialah Jakarta 43%, kemudian diikuti kota lain di Indonesia 27%, lalu Bandung 10%, Surabaya 7%, Semarang 5%, Medan 5%, dan kota lain di Jawa 5%. Selain itu, Dana menjadi salah satu perusahaan dompet digital di Indonesia, telah melakukan survei penggunaan dompet digital di 4 kota besar di Indonesia (Arhando, 2019). Di antaranya adalah Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan

juga Surabaya. CEO dari Dana, Vincent Iswara, mengatakan bahwa keempat kota tersebut dipilih berdasarkan jumlah pengguna internet dan ponsel pintar yang paling aktif di Indonesia. Dari survei penggunaan dompet digital terhadap 757 responden di 4 kota tersebut, Bandung keluar sebagai daerah yang memiliki pengguna dompet digital terbanyak sebesar 69,4%, kemudian diikuti oleh Jakarta 65,9%, lalu Yogyakarta 63,8%, dan yang terakhir adalah Surabaya 37,5%.

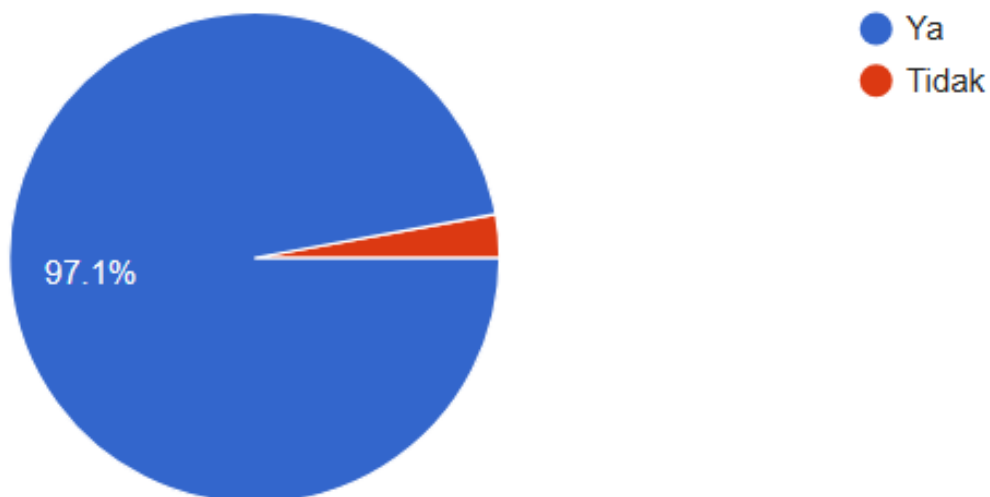
Selain daripada kegunaannya untuk mempermudah dan mengefisienkan, program promosi potongan harga, promosi *cashback*, kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, keamanan, dan lain sebagainya, membuat konsumen tertarik sehingga berminat untuk mencoba dan menggunakan dompet digital. Namun, selain banyaknya manfaat dan keunggulan menggunakan dompet digital, terdapat pula kekurangan di dalamnya. Penggunaan dompet digital yang berlebihan tentunya dapat menyebabkan pengeluaran yang berlebihan pula. Berbagai kelebihan dalam bertransaksi dengan dompet digital ini memudahkan seseorang dalam membelanjakan uangnya dan memungkinkan gaya hidup yang lebih konsumtif. Konsumsi barang tidak lagi menjadi sarana pemenuhan kebutuhan dasar manusia, melainkan sarana untuk memenuhi kepuasan akan keinginan, termasuk indikasi perilaku konsumtif saat menggunakan dompet digital bagi masyarakat. Suyasa dan Fransisca (2017) mendeskripsikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia menyentuh angka 8.269,8 triliun pada tahun 2018. Selain itu, Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) masyarakat Indonesia sebesar 122,7 triliun pada tahun yang sama, dan mengalami peningkatan sebesar 1,22% pada tahun 2019 menjadi 124,2 triliun. Acara-acara seperti *Black Friday* di Amerika Serikat dan Harbolnas di Indonesia juga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian besar-besaran dengan diskon besar. Penjualan secara agresif ini mendorong perilaku konsumtif dengan memberi insentif kepada konsumen untuk membeli barang yang mungkin tidak mereka butuhkan. Data dari Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) menunjukkan bahwa pada Harbolnas 2023, nilai transaksi selama Harbolnas mencapai 25,7 Triliun Rupiah, atau meningkat sebanyak 13% dari tahun lalu.

Kemudian dalam penelitian (Aji & Adawiyah, 2021) yang berjudul “How e-wallets encourage excessive spending behavior among young adult consumers?” menemukan pada studi 1 bahwa pengeluaran berlebihan konsumen muda saat menggunakan *e-wallet* berkaitan dengan kemudahan, persepsi memiliki uang tunai (ilusi likuiditas), pengendalian diri, dan kampanye promosi besar-besaran yang mencakup cashback, diskon, dan penawaran khusus. Hal tersebut didukung oleh studi 2 yang mengonfirmasi efek langsung dari variabel-variabel tersebut terhadap perilaku belanja berlebihan.

Disebutkan juga bahwa menurut (Harita, Gusnardi, & Isjoni, 2022), salah satu penyebab perilaku konsumtif adalah kemajuan teknologi. Perilaku konsumtif yang terjadi juga banyak bergantung pada informasi yang didapat melalui ponsel pintar. Hal ini pun sejalan dengan peningkatan pengguna internet dari tahun ke tahun dan juga maraknya penggunaan dompet digital yang semakin menjamur di masyarakat.

Hal ini juga yang akhirnya memicu penulis untuk membuat survei pra-penelitian kepada 35 orang responden di Kota Bandung mengenai faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan layanan GoPay yang dilakukan secara daring. Berikut merupakan hasil survei yang telah dilakukan sebagaimana terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. 3 Persentase Hasil Pra-Survei Penggunaan Layanan GoPay
Sumber: Olahan Penulis

Dapat dilihat pada gambar di atas bahwa dari 35 responden hampir seluruhnya menggunakan layanan GoPay. Dari responden sebanyak 35 orang tersebut, dalam

pertanyaan “apakah anda menggunakan layanan GoPay?”, sebanyak 34 responden menjawab “Ya” dengan persentase sebesar 97,1%. Dan hanya 1 responden yang menjawab “Tidak” dengan persentase sebesar 2,9% pada pertanyaan tersebut.

Kemudian penulis memberikan pertanyaan terbuka agar mengetahui untuk apa biasanya para responden ini menggunakan GoPay tersebut, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

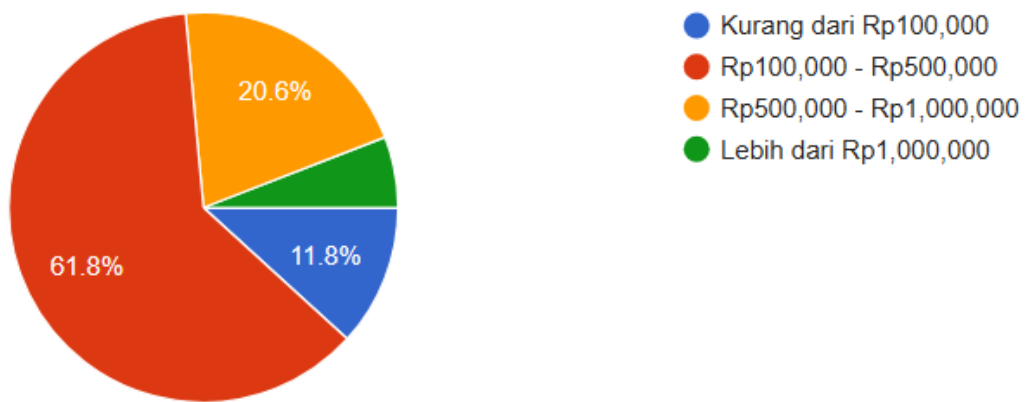
Tabel 1. 2 Tujuan Penggunaan GoPay

Pertanyaan: Untuk apa biasanya anda menggunakan GoPay tersebut?	
Jawaban	Jumlah
Membeli makanan	22
Layanan transportasi	12
Melakukan pembayaran di tempat secara non-tunai	8
Pembayaran di <i>marketplace</i>	3
Membeli pulsa	2
Untuk mendapatkan promo	1
Transfer uang	1
Berbelanja	1

Sumber: *Olahan Penulis*

Pada tabel di atas terlihat bahwa dalam pertanyaan “Untuk apa biasanya anda menggunakan GoPay tersebut?”, kebanyakan responden menjawab untuk membeli makanan, menggunakan layanan transportasi, dan juga melakukan pembayaran di tempat secara non-tunai. Masing-masing mendapatkan jawaban sebanyak 22 orang responden untuk membeli makanan, kemudian ada sebanyak 12 orang responden menjawab untuk memesan layanan transportasi *online*. Selanjutnya responden yang menggunakan GoPay-nya untuk melakukan pembayaran di tempat secara non-tunai sebanyak 8 orang.

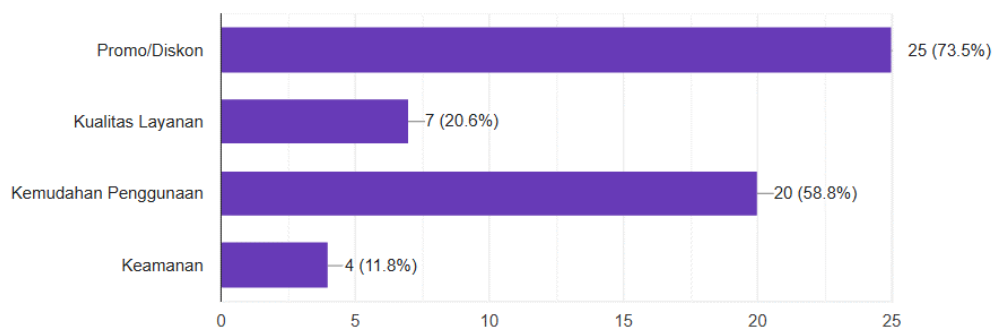
Setelah mengetahui kebiasaan dari para responden dalam menggunakan GoPay yang mereka miliki, kemudian penulis memberikan pertanyaan untuk mengetahui banyak jumlah uang dalam GoPay yang digunakan oleh para responden dalam kurun waktu 1 bulan, yang hasilnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. 4 Jumlah Uang yang Digunakan dalam 1 Bulan
Sumber: Olahan Penulis

Pada gambar di atas, dapat terlihat jumlah uang dalam GoPay yang digunakan oleh para responden dalam kurun waktu 1 bulan. Nominal Rp100.000-Rp500.000 menjadi yang terbanyak dengan persentase sebesar 61,8% dengan jumlah responden sebanyak 21 orang. Dan yang terkecil yaitu nominal lebih dari Rp1.000.000 dengan persentase sebesar 5,9% sebanyak 2 orang responden. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa jumlah uang yang dikeluarkan setiap bulannya oleh para responden terbilang tidak sedikit, dengan mayoritas responden sebanyak 21 orang mengeluarkan uang dengan kisaran Rp100.000-500.000 dalam 1 bulan, diikuti dengan nominal sekitar Rp500.000-1.000.000 sebanyak 7 orang.

Setelah itu, penulis memberikan pertanyaan terakhir mengenai aspek yang menjadi pertimbangan para responden dalam menggunakan GoPay, yang hasilnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. 5 Aspek Pertimbangan dalam Menggunakan GoPay
Sumber: Olahan Penulis

Pada gambar yang telah dilampirkan di atas, dapat terlihat jawaban dari para responden mengenai aspek yang menjadi pertimbangan mereka dalam menggunakan layanan GoPay. Menurut para responden, promo/diskon yang diberikan oleh GoPay menjadi aspek paling banyak dipertimbangkan dalam menggunakan layanan ini sebesar 73,5% dengan 25 pertimbangan. Kemudian aspek selanjutnya yang juga banyak membuat para responden mempertimbangkan untuk menggunakan layanan GoPay sebesar sebanyak 20 pertimbangan adalah kemudahan dalam menggunakan layanan GoPay itu sendiri.

Berdasarkan pada fenomena-fenomena yang terjadi, maka penulis pun tertarik dalam melakukan sebuah penelitian untuk membahas lebih jauh mengenai bagaimana promosi dan kemudahan dalam penggunaan dapat mempengaruhi masyarakat pengguna dompet digital khususnya GoPay dalam melakukan transaksi atau pembelian secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya tersebut. Oleh karena itu, dengan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi dan Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna GoPay di Kota Bandung”.

1.3 Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi yang sangat pesat begitu mempengaruhi jalannya kehidupan umat manusia, sehingga kehidupan ini pun sangat didorong oleh kemajuan teknologi, dan teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Teknologi juga dapat mengubah pola dan kebiasaan manusia, salah satunya dengan kehadiran teknologi keuangan seperti dompet digital. Dengan dompet digital, kini masyarakat dapat bertransaksi dengan jauh lebih mudah dan praktis di manapun dan kapanpun. Namun, kini masyarakat menjadi sering mengeluarkan uangnya untuk sesuatu yang tidak benar-benar dibutuhkan melainkan hanya sebuah keinginan, apalagi jika kemudahan-kemudahan yang diberikan tersebut dipadukan dengan banyaknya promosi serta potongan harga.

Berdasarkan penjabaran yang telah diberikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah?

1. Bagaimana kondisi promosi GoPay di Kota Bandung?
2. Bagaimana kemudahan penggunaan bagi pengguna GoPay di Kota Bandung?

3. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif pada pengguna GoPay di Kota Bandung?
4. Apakah promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay di Kota Bandung?
5. Apakah kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay di Kota Bandung?
6. Apakah promosi dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diberikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kondisi promosi GoPay di Kota Bandung
2. Mengetahui kemudahan penggunaan bagi pengguna GoPay di Kota Bandung
3. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada pengguna GoPay di Kota Bandung
4. Mengetahui pengaruh promosi terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay di Kota Bandung
5. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay di Kota Bandung
6. Mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay di Kota Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah pengetahuan dan wawasan dalam bidang perilaku finansial dan teknologi keuangan. Selain itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai suatu referensi dan juga masukan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang.

1.5.2 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu pedoman bagi para pembaca terutama pengguna layanan dompet digital khususnya GoPay untuk dapat menahan diri dari berbagai macam promosi serta kemudahan-kemudahan

dalam bertransaksi, dan menjadi konsumen yang bijaksana dalam mengeluarkan uangnya dan mampu menggunakan produk keuangan sebaik mungkin sesuai kebutuhan, sehingga dapat meminimalisir perilaku konsumtif.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penulisan penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu dari bulan Juni 2023 sampai dengan bulan Januari 2024.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang dilakukan, dan untuk memperjelas penulisan hasil penelitian dengan membagi sistematika menjadi lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai teori yang berhubungan dengan topik dan variabel penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan meliputi jenis penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis dan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian, serta membahas mengenai hasil yang diperoleh bahwa ada atau tidaknya pengaruh dari variabel terkait.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab yang terakhir ini, akan disampaikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh, serta saran untuk berbagai pihak terkait dalam penelitian ini.