

SKRIPSI
ANALISIS TINGKAT PEMAHAMAN GENERASI Z
TERHADAP PENGGUNAAN E-MONEY
DI BANDA ACEH



Disusun Oleh:
SYARIFAH NAJAH
NIM. 170603006

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN LEMBAR ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syarifah Najah
NIM : 170603006
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 22 Desember 2021

Yang Menyatakan,



Syarifah Najah

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk Menyelesaikan Program Studi
Perbankan Syariah

Dengan Judul
**Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan
E-money di Banda Aceh**

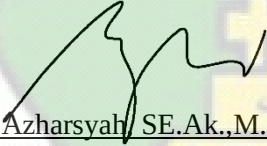
Disusun Oleh:

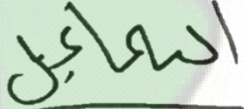
Syarifah Najah
NIM. 170603006

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan Format
Telah Memenuhi Syarat Penyelesaian Studi Pada
Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Azharsyah/ SE.Ak.,M.S.O.M
NIP.197811122005011003


Ismail Rasyid Ridla Tarigan.M.A
NIP.197811122005011003

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SRIPSI

Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan E-Money Di Banda Aceh

Syarifah Najah
NIM. 170603006

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang
Perbankan Syariah

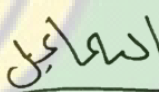
Pada Hari/Tanggal: Senin, 3 Januari 2022 M
1 Jumadil Akhir 1443 H

Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Sekretaris

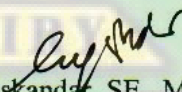

Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M
NIP. 197811122005011003


Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A
NIP. 198310282015031001

Penguji I

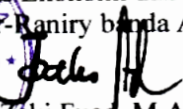
Penguji II


Dr. Nevi Hasnita, M.Ag.
NIP. 197711052006042003


Evy Iskandar, SE., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 198906032020122013



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bsnis Islam
UIN Ar-Raniry banda Aceh


Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Syarifah Najah

NIM : 170603006

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : syarifahnaja@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐

Tugas Akhir

☐

KKU

☐

Skripsi

☐

.....

Yang berjudul:

Analisis Tingkat Pemahaman Genrasi Z Terhadap Penggunaan E-Money Di Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

☐

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 13 Januari 2022

Penulis
Mengetahui,
Pembimbing I

Pembimbing II

Syarifah Najah

NIM. 170603006

Dr. Azharsyah, SE., Ak., M.S.O.M

NIP.197811122005011003

Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A

NIP. 198310282015031001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, sang pencipta alam semesta, manusia dan kehidupan serta seperangkat aturannya. Berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah atas jalan kemudahan yang diberikannya kita dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan E-Money Di Banda Aceh”**.

Shalawat dan salam tak lupa pula kita sanjungkan kepangkuan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ummat manusia dari alam jahilliyah ke alam yang penuh ilmu pengetahuan. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tidak mudah menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah sekaligus dewan penguji I dalam siding munaqasyah dan Ayumiati SE.,M.Si. selaku sekretaris program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Dr. Azharsyah, SE., AK, M.S.O.M selaku pembimbing I sekaligus pembimbing akademik, dan Ismail Rasyid Ridla

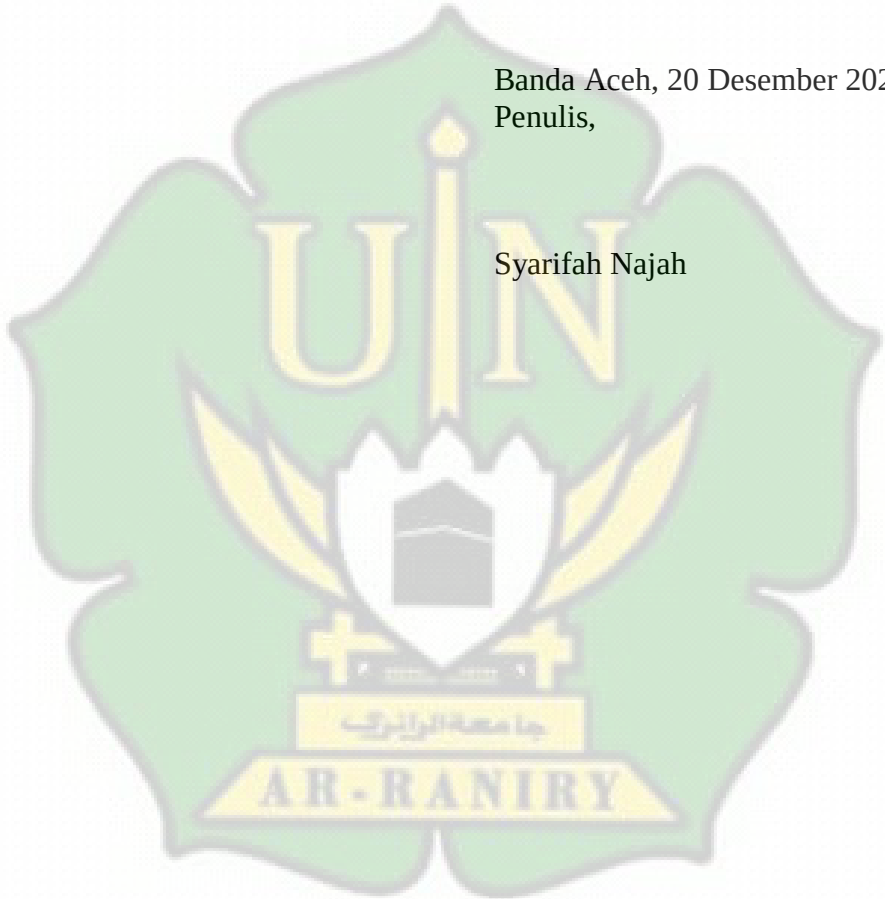
Tarigan, MA selaku pembimbing II yang telah bersedia memberi waktu dan ilmu dalam membimbing saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Muhammad Arifin, Ph.D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Evy Iskandar, SE., M.Si.,Ak., CA.,CPA selaku Dewan Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan untuk kesempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dapat mengisi kuesioner penelitian.
7. Ibunda tercinta Syarifah Marhamah yang selalu mendoakan dan memberi dukungan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ayahanda tercinta Alm. Said Kadir meskipun tidak memiliki kesempatan untuk memberikan dukungan dan doa secara langsung, namun saya mendedikasikan semua ini untuk ayahanda.
9. Seluruh keluarga besar yang telah bersedia memberikan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman yang telah bersedia memberikan sedikit waktunya untuk membantu saya mengatasi kesulitan-kesulitan saat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membantu untuk skripsi ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi pembaca.

Banda Aceh, 20 Desember 2021
Penulis,

Syarifah Najah



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987–Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َـي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َـو	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / ى	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / يِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

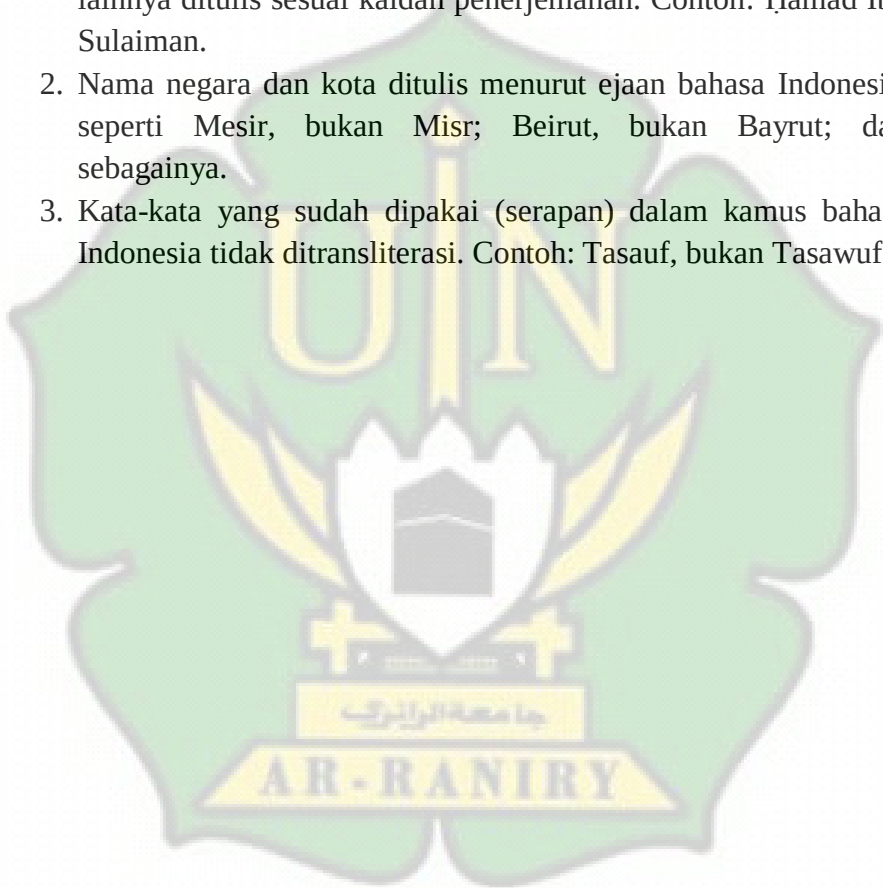
رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah alMunawwara/*
alMadīnatulMunawwarah

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Syarifah Najah
NIM : 170603006
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul : Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z
Terhadap Penggunaan E-money di Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Azharsyah, SE., AK, M.S.O.M
Pembimbing II : Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan e-money di Kota Banda Aceh. Metode analisis data menggunakan analisis kuantitatif deskriptif dengan instrumen berupa angket dan menggunakan pengukuran skala likert yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 26. Penelitian ini melibatkan 100 responden sebagai sampel penelitian dari keseluruhan populasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda relatif sangat paham dengan perolehan nilai jawaban rata-rata sebesar 4,49 atau 89,8% dari hasil uji 3 indikator pengukuran.

Kata Kunci: Tingkat Pemahaman, Generasi Z, E-Money

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN LEMBAR ILMIAH ...	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian.....	10
BAB II PEMBAHASAN	11
2.1 <i>E-money</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>E-money</i>	12
2.1.2 Jenis-Jenis <i>E-money</i>	14
2.1.3 Kelebihan dan Kekurangan <i>E-money</i>	15
2.2 Pemahaman	17
2.2.1 Pengertian Pemahaman.....	17
2.2.2 Kategori pemahaman.....	19
2.2.3 Indikator Pemahaman	20
2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman.	22
2.3 Generasi Z.....	26
2.3.1 Definisi Generasi Z	26
2.3.2 Karakteristik Generasi Z	28
2.4 Penelitian Terkait	29
2.5 Kerangka Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Data dan Teknik Perolehannya	40
3.2.1 Data Primer.....	40
3.2.2 Data Sekunder.....	41
3.2.3 Populasi	41
3.2.4 Sampel	42
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1 Kuesioner (Angket)	43
3.3.2 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian	44
3.4 Operasional Variabel	45
3.5 Uji Instrumen	48
3.5.1 Uji Validitas.....	48
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.6 Metode Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisis Data Deskriptif	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 53
4.1 Gambaran Umum Kota Banda Aceh	53
4.1.1 Demografi Kota Banda Aceh	53
4.2 Gambaran Generasi Z Kota Banda Aceh.....	54
4.3 Karakteristik Responden.....	55
4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
4.4.1 Uji Validitas.....	58
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.5 Hasil Penelitian	60
4.5.1 Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan <i>e-money</i> Indikator Interpretasi	60
4.5.2 Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan <i>E-money</i> Indikator Memberikan Contoh	66
4.5.3 Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan <i>E-money</i> Indikator Membandingkan	71
4.6 Pembahasan.....	76

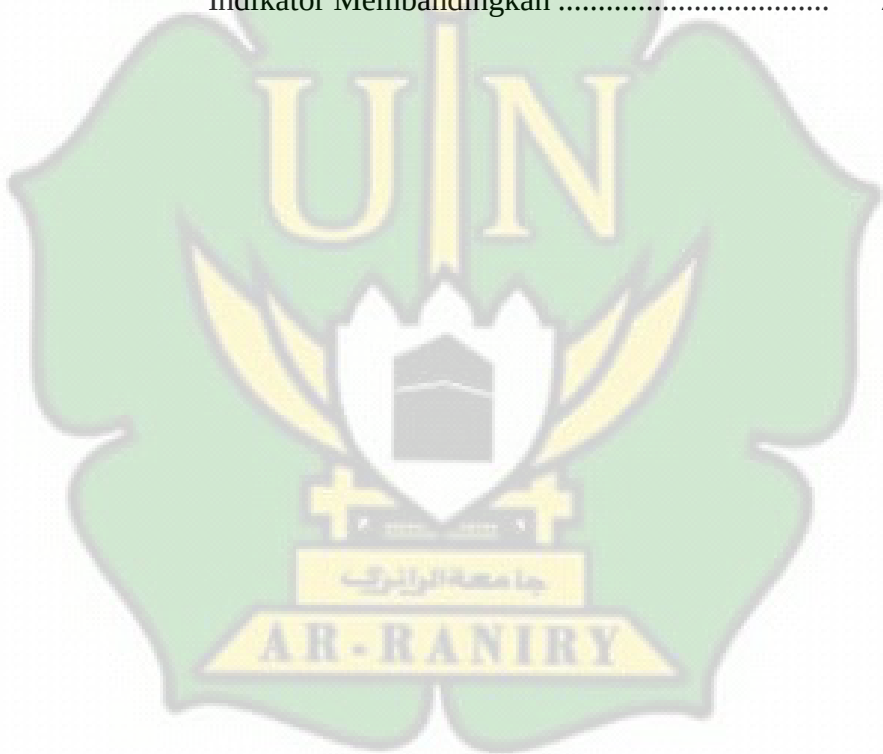
4.6.1	Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh Terhadap Penggunaan <i>E-Money</i> Indikator Interpretasi	76
4.6.2	Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh Terhadap Penggunaan <i>E-Money</i> Indikator Meberikan Contoh	77
4.6.3	Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh Terhadap Penggunaan <i>E-Money</i> Indikator Membandingkan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		87
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengelompokan Generasi	5
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terkait.....	36
Tabel 3.1	Skala Likert.....	45
Tabel 3.2	Operasional Variabel	46
Tabel 3.3	Skala Penilaian Jawaban.....	50
Tabel 3.4	Skala Presentase (%).....	51
Tabel 4.1	Karakteristik 100 Responden	55
Tabel 4.2	Uji Validitas 100 Responden	58
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas 100 Responden	60
Tabel 4.4	Analisis Tingkat Pemahaman Indikator Interpretasi	61
Tabel 4.5	Presentase Jawaban Tingkat Pemahaman Indikator Interpretasi	64
Tabel 4.6	Analisis Tingkat Pemahaman Indikator Memberikan Contoh	67
Tabel 4.7	Presentase Jawaban Tingkat Pemahaman Indikator Memberikan Contoh	69
Tabel 4.8	Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator Membandingkan.....	72
Tabel 4.9	Presentase Jawaban Tingkat Pemahaman Indikator Membandingkan.....	74

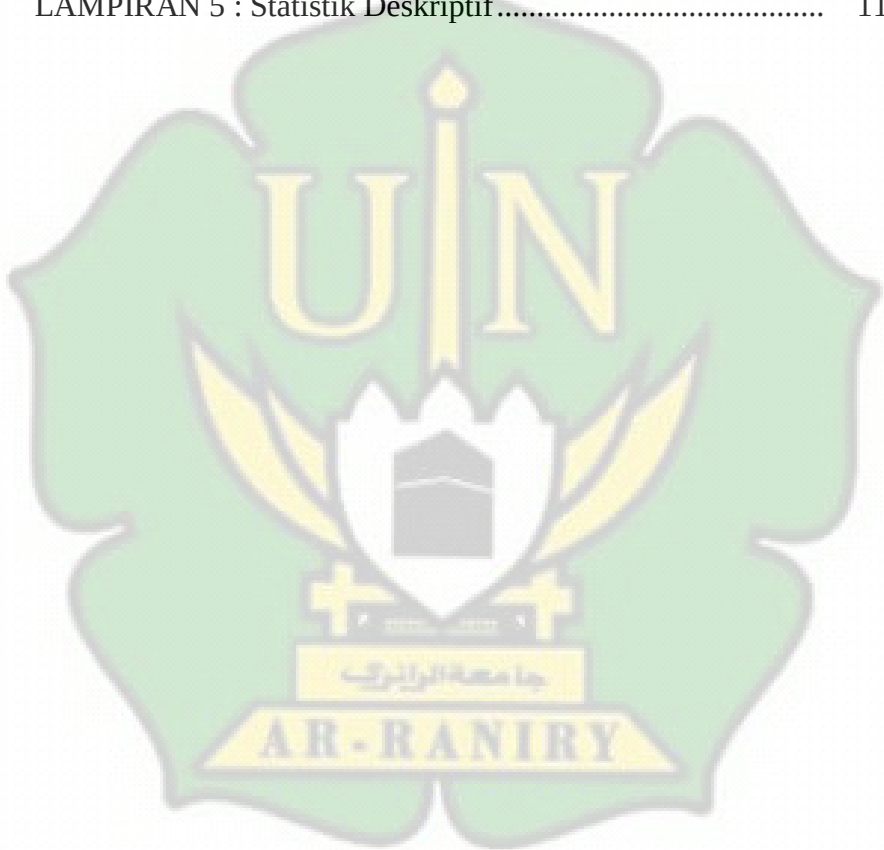
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	39
Gambar 3.1	Skala Ukur Penilaian.....	51
Gambar 4.1	Skala Penilaian Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator Interpretasi	77
Gambar 4.2	Skala Penilaian Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator Memberikan Contoh	78
Gambar 4.3	Skala Penilaian Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator Membandingkan	79



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Angket Penelitian	87
LAMPIRAN 2 : Jawaban Responden.....	93
LAMPIRAN 3 : Uji Validitas.....	99
LAMPIRAN 4 : Uji Reliabilitas	111
LAMPIRAN 5 : Statistik Deskriptif	112



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia saat ini, hampir sebagian besar kegiatan manusia menggunakan teknologi canggih. Kemunculan teknologi telah mempengaruhi seluruh sektor kegiatan manusia termasuk salah satu diantaranya adalah sektor ekonomi dan perbankan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pekerjaan. Perusahaan yang bergerak dalam sektor tersebut perlu terus memaksimalkan sistem kerja dari perusahaan agar menjadi lebih efektif sehingga mampu bertahan dan bersaing di dunia bisnis.

Salah satu contoh wujud nyata dari kecanggihan teknologi di sektor ekonomi dan perbankan adalah dengan adanya e-money (uang elektronik). E-money ini di terbitkan oleh Bank Indonesia dengan tujuan untuk memperlancar sistem pembayaran, hal tersebut juga didorong oleh besarnya volume transaksi, peningkatan risiko, dan kompleksnya transaksi akibat peralihan industri 4.0.

Sistem pembayaran saat ini terus berevolusi mengikuti evolusi uang dengan 3 unsur penggerak yaitu inovasi teknologi & model bisnis, tradisi masyarakat, dan kebijakan otoritas. Awal mula alat pembayaran yaitu sistem barter antarbarang yang diperjualbelikan. kemudian uang primitif yang terbuat dari

cangkang kerang, pada abad ke-3 sebelum Masehi barulah diperkenalkan mata uang emas dan perak, kemudian pembayaran 4 dengan uang kertas mulai muncul pada ke 7, seiring berjalannya perkembangan teknologi muncullah uang elektronik untuk mendukung sistem pembayaran yang efektif dan efisien. (Indonesia B. , 2020)

Munculnya uang elektronik (*e-money*) dilatar belakangi oleh peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Republik Indonesia. *E-money* sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupannya terutama untuk transaksi berskala mikro. Menurut data statistik yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia hingga November 2021 ada sebanyak 558,959,664 jumlah *e-money* yang beredar di Indonesia.

Kini sistem pembayaran yang berkembang di Indonesia tak hanya berpatokan pada uang tunai atau kartu debit dan kartu kredit sistem pembayaran di Indonesia telah mengalami kemajuan dengan adanya kemunculan *e-money*. *E-money* menurut *Bank for International Settlement* dapat diartikan sebagai produk nilai uang disimpan (*stored value*) atau produk Prabayar, dimana sejumlah dana atau nilai uang tersimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki konsumen.

Nilai elektronik tersebut dibeli oleh konsumen dan tersimpan dalam media elektronik yang merupakan miliknya, dimana nilai uang elektroniknya akan berkurang setiap kali konsumen menggunakannya untuk melakukan pembayaran. Dibandingkan dengan kartu debit dan kartu kredit biasanya melibatkan pendebitan rekening bank konsumen setelah transaksi pembayaran. Sebaliknya *e-money* tidak harus mendebitkan rekening untuk pengisian saldonya, atau bisa dilakukan secara mandiri seperti top-up di mini market terdekat. Uang elektronik ini atau *e-money* pada hakikatnya merupakan uang tunai tanpa fisik yang nilai uangnya berasal dari penyeteroran awal oleh konsumen kepada pihak penerbitnya. (Usman, 2017)

Kata *e-money* tentu sudah tidak asing terdengar di telinga kita, hal ini dikarenakan iklan-iklan tentang *e-money* sangat banyak kita temui dan dalam berbagai bentuk, tidak hanya tersebar dalam bentuk brosur atau baliho, iklan *e-money* juga sangat sering muncul di televisi dan *smartphone* yang kita miliki sebagai contoh Go-Pay, OVO, Shopeepay, dan DANA keempat aplikasi *e-money* ini merupakan aplikasi *e-money* terbanyak yang digunakan data ini dirilis oleh sharing vision Indonesia.

Pengguna pembayaran non tunai menurut perusahaan riset pasar ipsos didominasi oleh generasi milenial. Tercatat dalam penelitian tersebut sebanyak 68% penggunaannya adalah milenial yang melibatkan 500 responden di lima kota besar di Indonesia yakni

Jakarta, Semarang, Palembang, Yogyakarta, dan Manado. Dalam penelitian ini juga disebutkan generasi milenial menggunakan pembayaran non tunai sekali hingga dua kali dalam seminggu dengan jumlah top up rata-rata Rp 140.663 setiap minggunya. Sebanyak 71% dari generasi muda yang menggunakan pembayaran non tunai termotivasi karena adanya promo menarik yang diberikan. (Catriana, 2020)

Kemunculan *e-money* di era digitalisasi ini tentu menarik minat berbagai kalangan hal ini dikarenakan kemudahan layanan yang ditawarkan sangat cocok untuk era saat ini yang serba cepat dan instan. Melihat bagaimana populasi dan pertumbuhan penduduk di Indonesia yang telah disebutkan diatas adalah bahwa Generasi Z memiliki populasi terbesar di Indonesia saat ini yang tidak heran jika penggunaan *e-money* juga banyak digunakan oleh generasi ini karena keberadaan *e-money* yang merupakan teknologi canggih dan Generasi Z yang dijuluki sebagai generasi internet sehingga keduanya tidak dapat dipisahkan.

Menurut ekonom *Institute for Development of Economics and Finance* kelas produktif usia generasi ini akan mendorong percepatan Indonesia masuk ke revolusi 4.0. Hal tersebut menjadikan bukti masa depan ekonomi digital ada di Indonesia. *The Nielsen Global Survey of E-commerce* melakukan penelitian terhadap pergeseran perilaku belanja para generasi internet, penelitian dilakukan berdasarkan penetrasi internet di beberapa

negara. *Nielsen* melakukan riset terhadap 30.000 responden yang memiliki akses internet yang memadai. Responden tersebut berasal dari 60 negara di Asia Pasifik, Eropa, Amerika Latin dan Utara, serta Timur Tengah. Berdasarkan riset *Nielsen* tersebut pertumbuhan penetrasi perangkat *mobile* di kota-kota besar Indonesia mencapai 88%. Dengan data ini menjadikan Indonesia peringkat teratas secara global dalam hal penggunaan ponsel pintar untuk belanja online. (Indonesia K. K., 2016)

Generasi Z ialah generasi yang mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti nge-tweet menggunakan ponsel, browsing dengan PC, dan mendengarkan music menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka. Penelitian Bencsik, Csikos, dan Juhes (2016) menunjukkan masuknya generasi z dalam kelompok generasi, yang dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1. 1
Pengelompokan Generasi

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	Veteran Generation
1946-1960	Baby Boom Generation
1960-1980	X Generation
1980-1995	Y Generation
1995-2010	Z Generation
2010+	Alfa Generation

Sumber: Hadion Wijoyo, Dkk.

Enam kelompok generasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Genarasi z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya yaitu, fasih teknologi, *tech-savvy*, *web-savvy*, *appfriendly generation*. Mereka adalah generasi digital yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Mereka dapat mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan dengan cepat. Selain fasih teknologi mereka juga multitasking atau terbiasa melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Sehingga mereka tidak menginginkan hal yang bertele-tele dan berbelit-belit, mereka menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dan berjalan serba cepat. (Hadion Wijoyo, Indrawan, Cahyono, Handoko, & Santamoko, 2020)

Melihat karakteristik Generasi Z ini memenuhi syarat dari target marketing perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi finansial jadi tak heran jika beberapa riset telah membuktikan bahwa generasi muda saat ini merajai pasar fintech, bagaimana tidak jika dilihat dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah penduduk Indonesia hingga 2020 didominasi oleh Generasi Z dan generasi milenial. Generasi Z tercatat memiliki total penduduk mencapai 75,49 juta jiwa atau setara dengan 27,94 persen dari total populasi yang berjumlah 270,2 juta jiwa. (Junida, 2021) oleh karena banyaknya jumlah penduduk dari generasi ini sehingga memunculkan banyaknya permintaan-permintaan dalam berbagai

sektor guna memenuhi kebutuhan mereka terutama dalam bidang teknologi tanpa terkecuali teknologi finansial juga menjadi permintaan utama generasi ini mengingat karakteristik mereka yang cenderung lebih memilih berinteraksi melalui *smartphone*.

Akan tetapi penggunaan *e-money* di beberapa kota di Indonesia penggunaan *e-money* masih belum populer, sebagai contoh di kota Banda Aceh aplikasi *e-money* belum banyak digunakan termasuk Generasi Z. Hal ini dibuktikan berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan di beberapa restoran cepat saji di kota Banda Aceh yang menyediakan fasilitas untuk para pengguna *e-money* akan tetapi masih banyak dari mereka lebih memilih menggunakan pembayaran secara tunai. Dari fenomena yang terjadi seperti diatas terindikasi bahwa adanya permasalahan dari sisi pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan aplikasi *e-money* sehingga penggunaan aplikasi *e-money* tersebut belum populer dikalangan Generasi Z kota Banda Aceh.

Secara teoritis pemahaman seseorang akan suatu hal diukur dari tujuh proses kognitif yaitu: interpretasi, menjelaskan, memberikan contoh, mengklasifikasikan, membandingkan, merangkum, dan menyimpulkan. Khusus untuk pengukuran tingkat pemahaman terhadap aplikasi *e-money* maka akan di gunakan beberapa indikator dari pemahaman yang relevan untuk mengukur tingkat pemahaman terhadap penggunaan *e-money* di kota banda aceh diantaranya adalah interpretasi, memberikan contoh, dan

membandingkan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pemahaman *e-money* dalam bentuk skripsi dengan judul **“Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan *E-Money* di Banda Aceh “**.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu

1. Bagaimana tingkat pemahaman Generasi Z di Kota Banda Aceh dalam menginterpretasikan informasi umum mengenai *e-money*?
2. Bagaimana tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh dalam memberikan contoh penggunaan produk *e-money*?
3. Bagaimana tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh dalam membandingkan antara *e-money* dan instrumen pembayaran lainnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat, maka tujuan peneliti melakukan penelitian adalah

1. Untuk menganalisis tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh terhadap penggunaan *e-money* dari segi kemampuan menginterpretasikan informasi umum *e-money*.

2. Untuk menganalisis tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh terhadap penggunaan *e-money* dari segi kemampuan memberikan contoh penggunaan *e-money*.
3. Untuk menganalisis tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh terhadap penggunaan *e-money* dari segi kemampuan membandingkan antara *e-money* dan instrumen pembayaran lainnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan adanya manfaat dalam beberapa aspek, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penggunaan *e-money* dikalangan Generasi Z di kota Banda Aceh.

2. Bagi Lembaga/Perusahaan

Dapat menjadi sumber informasi ataupun sebagai penambah wawasan terkait pemahaman Generasi Z terhadap instrumen pembayaran digital atau *e-money* di Kota Banda Aceh. Adapun dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan kualitas dari produk *e-money*

3. Bagi Akademik.

Sebagai sarana untuk menambah referensi, informasi, dan wawasan teoritis kepada pihak lain yang akan mengadakan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Hasil Penelitian ini akan disusun dalam bentuk skripsi dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori ini berisi tentang kerangka teori, temuan penelitian terkait, model penelitian, atau kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian ini berisi tentang jenis penelitian, data dan teknik pemerolehannya dan teknik pengumpulan data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab hasil penelitian dan pembahasan ini memuat deskripsi objek penelitian, hasil analisi serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dan pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *E-money*

E-money merupakan salah satu instrumen dalam sistem pembayaran, sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang digunakan dalam rangka pemindahan sejumlah dana, guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul akibat kegiatan ekonomi. Pada prinsipnya sistem pembayaran memiliki 3 tahap pemrosesan yaitu, otoritas, kliring dan penyelesaian akhir (*settlement*). Sistem pembayaran terus berevolusi mengikuti evolusi uang dengan tiga penggerak utama yaitu: teknologi dan model bisnis, tradisi masyarakat, dan kebijakan otoritas.

Perkembangan sistem pembayaran saat ini secara garis besar dibagi menjadi dua, sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran non-tunai. Perbedaan yang paling mendasar antara dua sistem tersebut terletak pada instrumen yang digunakan, sistem pembayaran tunai menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam) sebagai instrumen pembayaran. Sedangkan pada sistem pembayaran non-tunai, instrumen yang digunakan sebagai alat pembayaran berupa kartu (APMK), cek, bilyet giro, nota debit, maupun uang elektronik atau *e-money* (*Card based* dan *Server based*).

2.1.1 Pengertian *E-money*

E-money menurut *Bank for International Settlement* diartikan sebagai produk nilai uang disimpan (*stored value*) atau produk Prabayar, dimana sejumlah dana atau nilai uang tersimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki konsumen. Uang Elektronik (*Electronic Money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: 1) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit; 2) nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; dan 3) nilai uang elektronik yang di kelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Secara sederhana, uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaanya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Ketika digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (*top-up*). (Bank Indonesia, 2020)

Sebagaimana disebut dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang kini sudah diperbarui menjadi PBI Nomor: 18/ 17/PBI/2016, *E-money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan

secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*. *E-money* bukan hanya sebagai pengganti uang tunai fisik dalam bentuk koin dan uang kertas dengan uang elektronik yang setara, namun juga sebagai sebuah sistem yang memungkinkan seseorang untuk membayar barang atau jasa dengan mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer lain.

E-money adalah salah satu alternatif yang amat potensial dalam meningkatkan 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*, seperti Mandiri *e-money*, BRI *Brizzi*, BNI *Tapcash*, BCA *Flazz*, dan ada *T-cash* yang merupakan produk dari perusahaan telekomunikasi, Telkomsel. Bahkan, langkah mereka juga dibuntuti oleh pelaku bisnis *startup* tepatnya di bidang *financial technology (fintech)* yang memiliki skala lebih kecil namun pergerakannya amat lincah. Seperti contoh Tokocash milik Tokopedia, ada Bukadompet milik Bukalapak dan Gopay kepunyaan Gojek. (Fadhillah, 2018)

Untuk mendapatkan layanan digital dari *e-money* bisa diperoleh dengan mendownloadnya di Google Playstore atau App Store. *E-money* juga dapat digunakan untuk melakukan pembayaran beban utilitas seperti tagihan atau token listrik, air, internet, telepon, dan lain sebagainya.

2.1.2 Jenis-Jenis *E-money*

E-money menurut *Bank for International Settlement* diartikan sebagai produk nilai uang disimpan (*stored value*) atau produk Prabayar, dimana sejumlah dana atau nilai uang tersimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki konsumen. Uang Elektronik (*Electronic Money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: 1) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit; 2) nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; dan 3) nilai uang elektronik yang di kelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

E-money adalah salah satu alternatif yang amat potensial dalam meningkatkan 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*, seperti Mandiri *e-money*, BRI *Brizzi*, BNI *Tapcash*, BCA *Flazz*, dan ada *T-cash* yang merupakan produk dari perusahaan telekomunikasi, Telkomsel. Bahkan, langkah mereka juga dibuntuti oleh pelaku bisnis *startup* tepatnya di bidang *financial technology (fintech)* yang memiliki skala lebih kecil namun pergerakannya amat lincah. Seperti contoh Tokocash milik Tokopedia, ada Bukadompet milik Bukalapak dan Gopay punyaan Gojek. (Fadhillah, 2018)

2.1.3 Kelebihan dan Kekurangan *E-money*

Kemunculan *e-money* sebagai instrumen pembayaran di era digital tentunya tak hanya memiliki keunggulan dalam proses transaksi, akan tetapi juga terdapat beberapa kekurangan yang juga patut diketahui bersama. Berikut adalah kelebihan dan kekurangan dari *e-money*

1. Kelebihan *e-money*

- a. Mudah dan praktis, pembayaran menggunakan *e-money* dapat dilakukan hanya dengan scan kode QR.
- b. Efektif dan efisien, dengan menggunakan *e-money* dapat menghemat waktu yang seharusnya akan lebih lama jika melakukan transaksi secara tradisional, seperti tidak perlu berlama-lama antri.
- c. Banyak program yang menguntungkan, untuk bersaing dan memikat pelanggan masing-masing produk *e-money* berlomba-lomba membuat program diantaranya ada potongan harga dan cashback yang tentunya dapat dengan mudah menarik pelanggan.
- d. Mengurangi peredaran uang palsu, menggunakan *e-money* juga dapat membantu mengurangi peredaran uang palsu yang sangat merugikan orang lain.
- e. Mencegah tindak pidana yang akan timbul yang disebabkan membawa uang tunai yang terlalu banyak.

2. Kekurangan *e-money*

- a. Sinyal harus stabil, saat bertransaksi dengan *e-money* alat elektronik yang digunakan harus dipastikan memiliki sinyal yang stabil.
- b. Menjadi lebih konsumtif, Kemudahan melakukan transaksi menggunakan handphone ini memanjakan para pengguna untuk bisa melakukan transaksi di mana pun dan kapan pun. Jadi, para pengguna *e-money* bisa dengan mudah mengeluarkan uang tanpa harus bertransaksi melalui ATM. (Faradel, 2019)
- c. Risiko karena masih kurang pahamnya pengguna dalam menggunakan fitur ini, seperti pengguna tidak menyadari transaksi keuangan elektronik yang digunakan ditempelkan 2 (dua) kali pada *reader* untuk suatu transaksi yang sama sehingga nilai uang digital berkurang lebih besar dari nilai transaksi, dan juga kelalaian dalam menjaga kerahasiaan password atau PIN. (Mellissa, 2019)

Kemunculan *e-money* di Indonesia disambut baik oleh masyarakat Indonesia hal ini terlihat dari peningkatan penggunaan instrumen *e-money* yang dikeluarkan oleh bank Indonesia. Terlebih saat ini kita telah memasuki industri teknologi 4.0 yang serba digital dimana sedikit demi sedikit mengubah gaya hidup masyarakat yang dulunya dilakukan secara manual atau tradisional perlahan beralih menjadi virtual. Pada penelitian Ipsos yang melibatkan 500 responden di lima kota besar di Indonesia yaitu: Jakarta, Semarang,

Yogyakarta, Palembang dan Manado, yang dilakukan pada tanggal 20 Desember 2019 - 5 Januari 2020 ini didominasi oleh kalangan muda termasuk Generasi Z dengan tingkat ekonomi menengah. Pada penelitian ini terlihat bahwa penggunaan *e-money* pada Generasi Z masih tergolong rendah yaitu hanya 19% dari keseluruhan penelitian. Dalam penelitian ini juga menyebutkan bahwa penggunaan *e-money* dikalangan muda termotivasi oleh promosi, pada Generasi Z transaksi *e-money* tersebut didominasi untuk pembayaran jasa transportasi online dan pesan antar online dengan masing-masing presentase yaitu 39% dan 32%. Sedangkan pada transaksi langsung di gerai yang mereka kunjungi hanya 13% yang memilih bertransaksi menggunakan *e-money*.

2.2 Pemahaman

2.2.1 Pengertian Pemahaman

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia pemahaman berarti proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Secara etimologi pemahaman berasal dari kata “paham” yang berarti mengerti benar atau mengetahui dengan pasti, pemahaman merupakan proses berfikir dan belajar. Dikatakan demikian karena untuk menuju kearah pemahaman perlu diikuti dengan belajar dan berfikir. Sedangkan secara terminology menurut ahli pendidikan adalah sebagai berikut:

1. Anas sudjiono (2015) pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu

diketahui dan diingat. Dengan kata lain memahami adalah mengetahui sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berfikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan.

2. Suharsimi Arikunto (2015) pemahaman (*Comprehension*) adalah bagaimana seseorang mempertahankan, membedakan, menduga (*estimates*), menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisasikan, memberikan contoh, menuliskan kembali, dan memperkirakan. Dengan pemahaman, siswa diminta untuk membuktikan bahwa ia memahami hubungan yang sederhana diantara fakta-fakta atau konsep.
3. Ngalim Purwanto (2012) pemahaman adalah tingkat kemampuan yang mengharapakan seseorang memahami arti dan konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini seseorang tidak hanya hafal secara verbalitas tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan maka operasionalnya dapat membedakan, mengubah, mempersiapkan, menyajikan, mengatur, mengintegrasikan, menjelaskan, mendemonstrasikan, memberi contoh, memperkirakan, menentukan, dan mengambil keputusan.

Dalam taksonomi Bloom pemahaman adalah kesanggupan memahami setingkat lebih tinggi dari pengetahuan. Namun, tidaklah berarti bahwa pengetahuan tidak dipertanyakan sebab untuk dapat

memahami, perlu terlebih dahulu mengetahui atau mengenal. Setelah menelaah beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemahaman adalah tingkat kemampuan seseorang untuk mengerti akan suatu hal, tidak hanya hafal secara verbalitas akan tetapi mampu menjabarkan kembali serta mengetahui dengan pasti prosedur operasionalnya.

2.2.2 Kategori pemahaman

Sudjana (2006:26), mengungkapkan bahwa pemahaman dapat dibedakan menjadi 3 kategori, yaitu dari kategori terendah hingga ke tingkat tertinggi adalah pemahaman terjemahan, pemahaman penafsiran, dan pemahaman ekstrapolasi. Sedangkan Skemp membedakan pemahaman menjadi tiga macam yaitu; instrumenal, relasional, dan logis.

1. Pemahaman instrumenal merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan prosedur matematis guna menyelesaikan masalah tanpa mengetahui alasan mengapa prosedur itu digunakan.
2. Pemahaman relasional merupakan suatu kemampuan menggunakan prosedur matematis dengan penuh kesadaran atau alasan dan penggunaannya.
3. Pemahaman logis beranjak dari tindakan atau proses yang menghasilkan sesuatu yang dapat meyakinkan diri sendiri maupun orang lain.

2.2.3 Indikator Pemahaman

Dalam taksonomi menurut Anderson dan Krathwol (2001) dimensi proses kognitif dalam memahami dibagi menjadi 7 bagian, dimana memahami atau paham menurut Anderson dan Krathwol adalah mengkonstruksi makna dari materi pembelajaran termasuk apa yang diucapkan, ditulis dan digambar oleh guru. Berikut proses kognitif dalam memahami:

1. *Interpreting* (interpretasi)

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia interpretasi di definisikan sebagai pemberian kesan, pendapat, atau pandangan teoritis terhadap suatu hal. Interpretasi merupakan kemampuan untuk dapat menerima suatu pengetahuan/informasi dari objek tertentu serta mampu menjelaskannya secara factual. Dalam istilah lain interpretasi adalah menafsirkan, mendefinisikan, mengklarifikasi, dan menggambarkan suatu materi tertentu.

2. *Explaining* (Menjelaskan)

Menjelaskan adalah menguraikan dengan gamblang suatu informasi yang dimilikinya dengan tidak ragu-ragu. Hal yang perlu dilakukan saat memberikan suatu penjelasan yaitu menggunakan kata-kata yang ringan atau mudah dimengerti, menyampaikan dengan ringkas atau tidak bertele-tele, dan disampaikan dengan jelas.

3. *Exemplifying* (Mencontohkan)

Mencontohkan merupakan kemampuan seseorang untuk memberikan hal serupa terkait dengan suatu objek. Pada pengertian lain ialah memberikan ilustrasi tentang suatu hal. Pemberian contoh terjadi ketika seseorang mengilustrasikan hal spesifik tentang suatu hal yang masih umum.

4. *Classifying* (Mengklasifikasikan)

Mengklasifikasikan merupakan kemampuan seseorang untuk mengumpulkan objek-objek yang memiliki spesifikasi yang sama berdasarkan informasi faktual yang diterima. Klasifikasi merupakan pelengkap dari proses mencontohkan. Sinonim dari mengklasifikasikan adalah mengelompokkan dan mengkategorikan.

5. *Summarizing* (Meringkas)

Meringkas adalah kemampuan seseorang dalam mengabstraksikan atau menggeneralisasikan tema umum atau poin-poin pokok. Meringkas meliputi kegiatan penyusunan gambaran umum dari suatu informasi, seperti penegertian akan suatu hal dan menyimpulkan kedalam suatu tema.

6. *Comparing* (Membandingkan)

Membandingkan merupakan sikap dalam memetakan hubungan antar dua ide, dua objek dan semacamnya. Membandingkan merupakan kemampuan seseorang untuk mendeteksi persamaan dan perbedaan anatar dua ide, dua

gagasan, dua objek, dua masalah atau lebih kemudian menentukan yang terbaik diantanya. Hal yang dilakukan saat membandingkan suatu yaitu mencari satu persatu hubungan antara satu elemen dengan pola dalam suatu objek.

7. *Inferring* (Menyimpulkan)

Menyimpulkan adalah bagian paling akhir pada suatu hal, atau menjadi paling akhir dari sebuah hasil yang kemudian dijadikan sebagai suatu pegangan dalam mengambil keputusan terhadap suatu hal. Kemampuan menyimpulkan menentukan tingkat pemahaman seseorang terhadap suatu hal.

Khusus untuk pengukuran tingkat pemahaman terhadap aplikasi *e-money* maka akan di gunakan beberapa indikator dari pemahaman yang relevan untuk mengukur tingkat pemahaman terhadap penggunaan *e-money* di kota banda aceh diantaranya adalah interpretasi, memberikan contoh, dan membandingkan.

2.2.4 **Faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman**

Untuk mengetahui pemahaman seseorang di perlukan faktor-faktor yang diukur sebagai indikator bahwa seseorang dapat dikatakan paham akan suatu hal. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemahaman seseorang meliputi:

1. Pengetahuan

Pengetahuan dalam *Oxford English Dictionary* terdapat tiga arti diantanya, (1) informasi dan kecakapan yang diperoleh dari pengalaman dan pendidikan, (2)

keseluruhan dari apa yang diketahui dan, (3) kesadaran atau kebiasaan yang didapat dari pengalaman akan suatu fakta atau suatu keadaan. Menurut Dr. Sidi Gazalba pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu (Bakhtiar, 2012).

Pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat menentukan tingkat pemahaman seseorang semakin banyak pengetahuan yang dimiliki akan suatu hal maka akan semakin paham pula seseorang terhadap objek tertentu. Dalam hal ini semakin banyak pengetahuan yang diterima atau dimiliki oleh Generasi Z terhadap aplikasi *e-money* maka akan mempengaruhi tingkat pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan aplikasi *e-money*.

2. Pengalaman

Pengalaman yang dimiliki seseorang sangat mempengaruhi bagaimana pandangannya terhadap dunia. Bertransaksi menggunakan uang kartal tentu bukan hal baru bagi kita, namun bertransaksi menggunakan aplikasi tentu hal yang baru dan perlu adanya pengalaman untuk mengetahui seseorang dapat menggunakan aplikasi *e-money* dalam bertransaksi. Sehingga pengalaman dalam bertransaksi menggunakan aplikasi *e-money* sangat

berpengaruh untuk menentukan pemahaman seseorang terhadap penggunaan *e-money*.

3. Lingkungan Sosial

Sebagai individu tentu membutuhkan individu lainnya tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia perlu berinteraksi dan saling bertukar informasi untuk menambah wawasan. Lingkungan tempat seseorang melakukan sosialisasi juga memiliki peranan penting dalam menunjang tingkat pemahaman seseorang, lingkungan sosial yang dikelilingi oleh orang-orang yang berpikiran terbuka, dan memiliki wawasan yang luas tentu mempengaruhi pola pikir seseorang.

4. Informasi

Menurut Wied Hary, informasi akan memberikan pengaruh pada pemahaman seseorang. Meskipun seseorang tersebut memiliki tingkat pendidikan yang rendah tetapi jika ia mendapatkan informasi yang baik dari berbagai media misalnya TV, radio, atau surat kabar maka hal itu dapat meningkatkan pemahaman seseorang (Irwanto, 2015).

Menurut Peter dan Olson (2000:118-120), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kedalaman dalam perincian suatu pemahaman yang muncul ketika konsumen menerjemahkan informasi pemasaran yaitu, pengetahuan dalam ingatan, keterlibatan dan lingkungan eksposur. Ketiga hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengetahuan dalam Ingatan

Kemampuan memahami informasi pemasaran sebagian besar ditentukan oleh pengetahuan yang ada dalam ingatan konsumen saat ini, sehingga pengetahuan menjadi salah satu hal yang penting untuk mengukur tingkat pengetahuan seseorang. Pada konteks pemasaran pengetahuan sering diartikan sebagai kecakapan atau keakraban konsumen akan suatu produk, konsumen yang memiliki kecakapan akan suatu produk tentu mampu memberikan sedikit penjelasan mengenai hal-hal umum produk tersebut seperti kategori produk, bentuk produk, dan merek dari produk.

2. Keterlibatan

Keterlibatan konsumen pada saat eksposur terjadi memiliki pengaruh besar terhadap motivasi memahami informasi pemasaran. Konsumen dengan relevansi-relevansi pribadi intrinsik yang tinggi atas produk tertentu mengasosiasikan produk tersebut dengan konsekuensi yang relevan pada pribadinya serta nilai pokok bagi konsep pribadi mereka.

3. Lingkungan Eksposur

Berbagai aspek pada situasi lingkungan saat terjadinya eksposur dapat mempengaruhi kesempatan seseorang memahami informasi pemasaran. Termasuk di dalamnya faktor-faktor seperti tekanan waktu, situasi emosional konsumen, dan gangguan dari luar (kebisingan).

2.3 Generasi Z

2.3.1 Definisi Generasi Z

Teori tentang perbedaan generasi dipopulerkan oleh Neil Howe dan William Strauss pada tahun 1991. Howe dan Strauss membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis. Peneliti-peneliti lain melakukan pembagian generasi dengan label yang berbeda-beda, namun secara umum memiliki makna yang sama. Selanjutnya menurut menurut peneliti Kupperschmidt (2000) generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. (Budiati, et al., 2018)

Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam kurun waktu antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Sebagian juga mengatakan bahwa generasi ini merupakan generasi internet atau generasi digital. Menurut Grail Research (2011), Generasi Z adalah generasi pertama yang benar-benarnya generasi internet atau dengan kata lain adalah penduduk asli era digital (*digital native*). Generasi Z atau penduduk asli era digital ini lahir saat dunia teknologi digital lengkap seperti Personal Computer (PC), ponsel, perangkat gaming dan internet. Mereka menghabiskan waktu luang untuk menjelajahi web, lebih suka tinggal di dalam ruangan, dan bermain online daripada

pergi keluar dan bermain di luar ruangan (Zis, Effendi, & Roem, 2021).

Peralihan generasi ini terjadi saat berkembang pesatnya teknologi global, yang kemudian melahirkan Generasi Z punya pola pikir cenderung menginginkan hal serba instan. Generasi Z punya keterkaitan erat dengan teknologi, kebutuhan bergantung pada internet baik di dunia sosial, pendidikan, pengetahuan akan suatu hal, yang membuat mereka kaku berkomunikasi di dunia nyata. Sejarah era digital sendiri ditandai dengan jalur komunikasi secara bersamaan. Semua bentuk media yang mengandalkan kode digital. Perangkat digital untuk menyimpan dan mengedarkan informasi, menjadi sebuah dasar pada komputasi, media, dan telekomunikasi, digital, dipandang sebagai inti dari mono-media. (Zis, Effendi, & Roem, 2021)

Dibandingkan generasi lain, Generasi Z adalah generasi yang berpengaruh di komunitasnya. Ini adalah akibat terpaan berbagai hal yang ada di internet. Jika memiliki pengalaman baik atau buruk mereka tidak akan diam saja mereka akan mengungkapkannya di media sosial. selain itu Generasi Z menggunakan media sosial untuk berhubungan dengan orang-orang yang ada di berbagai belahan dunia yang terhubung dengan internet. Menurut survei yang dilakukan oleh Parent Survei 34% Generasi Z menggunakan internet untuk berhubungan dengan kenalan yang berada di daerah lain. (Rastati, 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh *Institute For Emerging Issues* (2012) menyebutkan bahwa Generasi Z adalah generasi yang paling unik, beragam, dan canggih secara teknologi. Generasi ini memiliki cara berkomunikasi dan media sosial yang informal, individual, dan sangat lurus dengan kehidupan mereka. Mereka adalah generasi *Do-It-Yourself*. (Rachmawati, 2019)

Bagi Generasi Z internet menjadi sumber utama untuk belajar hal-hal yang sedang terjadi di dunia baik untuk tujuan hiburan, relaksasi, sekedar melepas penat, menghilangkan kesepian, atau mengisi waktu luang mereka. Bagi mereka dunia menonton yang menarik adalah apapun yang letaknya begitu dekat dengan genggamannya mereka, seperti melalui *smartphone*. Kemudian bagi mereka fleksibilitas dan mobilitas menjadi ciri utama bagaimana mereka bisa menggandrungi suatu produk. Generasi ini mengalihkan semua media yang dapat dilihat dalam bentuk manual menjadi virtual. (Cristiani & Iksari, 2020)

2.3.2 Karakteristik Generasi Z

Dalam buku yang berjudul *Generasi Z dan Revolusi industri 4.0* memuat beberapa karakteristik Generasi Z secara umum, berikut merupakan karakteristik Generasi Z:

1. Fasih Teknologi, *tech-savvy*, *web-savvy*, *appfriendly generation*. Mereka adalah “generasi digital” yang mahir dan gandrungkan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Mereka dapat mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan secara mudah dan cepat, baik untuk

kepentingan pendidikan maupun kepentingan hidup kesehariannya.

2. Sosial. Mereka sangat intens berinteraksi melalui media sosial dengan semua kalangan. Mereka sangat intens berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring, seperti: FaceBook, twitter, atau melalui SMS. Melalui media ini, mereka bisa mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan.
3. Ekspresif. Mereka cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan
4. Multitasking. Mereka terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dan berjalan serba cepat. Mereka tidak menginginkan hal-hal yang bertele-tele dan berbelit-belit.
5. Cepat berpindah dari satu pemikiran/pekerjaan kepemikiran/pekerjaan lain (*fast switcher*)
6. Senang berbagi.

2.4 Penelitian Terkait

Dalam studi literatur ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai bahan rujukan dalam memperkuat teori penelitian yang sekarang, dikemukakan untuk

memperjelaskan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

1. Penelitian Yola Faisya Putri (2021), yang berjudul “Pemahaman Masyarakat Nagari Tanjung Bingkung Terhadap Bank Syariah”. Pokok permasalahan pada skripsi ini adalah pemahaman masyarakat nagari Tanjung Bingkung terhadap bank syariah secara umum, akad dan produk bank syariah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat nagari Tanjung Bingkung terhadap Bank Syariah. Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian *deskriptif kuantitatif*. Penulis menggunakan sampel 95 orang responden di Nagari Tanjung Bingkung Kecamatan Kubung Kabupaten Solok. Teknik pengambilan sampel berdasarkan pekerjaan responden, dan responden yang sudah bekerja dipilih secara acak. Teknik analisis data yang penulis gunakan adalah kuesioner, uji validitas, uji reabilitas dan uji frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat nagari Tanjung Bingkung memahami bank syariah, terutama dalam memahami bank syariah secara umum dan perbedaan bank syariah dengan bank konvensional. Namun, jika dibahas lebih dalam mengenai bank syariah pemahaman dan pengetahuan masyarakat masih sedikit rendah jika dibahas lebih mendalam mengenai bank syariah terutama pada pembahasan akad dan produk bank syariah cukup banyak

masyarakat yang menjawab ragu-ragu bahkan tidak setuju. Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman masyarakat Nagari Tanjung Binkung terhadap bank syariah masyarakat memahami bank syariah secara umum, namun jika membahas bank syariah lebih luas masyarakat masih kurang mendalaminya. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada responden dan tempat penelitian sedangkan persamaannya adalah kedua penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan sama-sama mengukur tingkat pemahaman responden terhadap objek penelitian.

2. Penelitian Lidiawati (2020), yang berjudul “Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk-Produk Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah”. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perhatian penulis terhadap perkembangan perbankan syariah yang semakin maju dan berkembang pesat, akan tetapi minimnya tingkat pemahaman masyarakat menjadi kendala yang harus dipecahkan oleh perbankan syariah agar dapat mendorong masyarakat secara menyeluruh untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan perbankan syariah. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat desa jago terhadap produk-produk pembiayaan perbankan syariah. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik wawancara bebas Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat desa jago terhadap produk-produk pembiayaan pada perbankan syariah masuk dalam kategori tingkatan pemahaman terjemah, dimana masyarakat desa jago sudah mampu mengalih artikan bahasa yang satu ke dalam bahasa yang lain, yaitu masyarakat desa jago dapat menjelaskan dan mendefinisikan istilah perbankan syariah. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode pendekatan kuantitatif, sedangkan persamaan diataranya adalah kedua penelitian ini mengukur tingkat pemahaman responden terhadap objek penelitian.

3. Penelitian Erik Saputra (2019), yang berjudul “ Pemahaman Karyawan BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu Tentang Pembiayaan Murabahah Bil Wakalah”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemahaman karyawan BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu tentang pembiayaan murabahah bil wakalah. Dengan jenis penelitian lapangan (Field Research) dan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan karyawan BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. Hasil penelitian ditemukan bahwa

: Pemahaman karyawan terhadap pembiayaan *murabahah bil wakalah* di BNI Syariah berada pada tingkat menafsirkan (*interpretation*). Yakni hanya mampu menjelaskan bahwa akad pembiayaan *murabahah bil wakalah* sudah sesuai prosedur yang terdapat, tetapi belum mampu menafsirkan secara rinci prosedur pelaksanaan akad *murabahah bil wakalah*. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan objek kedua penelitian ini berfokus pada dua hal yang berbeda, sedangkan persamaan di antaranya adalah kedua penelitian ini mengukur tingkat pemahaman responden terhadap objek penelitian.

4. Penelitian Muhammad Iqbal (2019), yang berjudul “ Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di Kecamatan Kuta Alam) “. Permasalahan di lapangan menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap mekanisme pembiayaan *murabahah* sangat minim, sehingga masyarakat kurang memahami terhadap pembiayaan *murabahah*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk pembiayaan murabahah di Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari tiga belas (13) responden yang

merupakan sebagai warga, pengusaha dan Pegawai Negeri Sipil (PNS) maupun selaku masyarakat Kecamatan Kuta Alam. Metode penelitian yang digunakan dalam menganalisis data yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi yang dilakukan untuk menentukan informan, wawancara untuk mengetahui sejauh mana pemahaman terhadap pembiayaan *murabahah* dan dokumentasi untuk melengkapi syarat ataupun ketentuan dalam menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat Kuta Alam terdiri dari tiga komponen. *Pertama*, kategori masyarakat tidak paham, dikarenakan tidak pernah bertransaksi dan berinteraksi dengan bank syariah maupun produk tersebut dan gagal paham karena informasi yang diterima tentang akad *murabahah* maupun bank syariah tidak akurat dan informasi tersebut berasal dari sumber yang tidak reliabel. *Kedua*, kategori masyarakat kurang paham, dikarenakan masyarakat ini pernah melakukan transaksi di bank syariah, akan tetapi kurangnya pemahaman secara baik disebabkan pembiayaan yang diambil tidak dipelajari secara akurat. Bahkan kesalahpahaman dalam mendeskripsikan informasi yang diterima, sehingga beranggapan bahwa sistem yang dikelola oleh bank syariah sama dengan bank konvensional dan menganggap bahwa yang membedakannya hanya pada ijab

dan kabul. *Ketiga*, kategori masyarakat memahami secara baik, masyarakat ini memahami tentang pembiayaan bank syariah dikarenakan selain pernah melakukan transaksi, tetapi juga pernah belajar di salah satu Universitas pada Fakultas Perbankan Syariah, sehingga pengetahuan tentang bank syariah sudah memahami secara baik. Masyarakat tersebut juga menyatakan bahwa transaksi jual beli yang dilakukan pada bank syariah sesuai konsep Al-Qur'an dan Al-Sunnah. Kemudian bank syariah juga merupakan bank yang dapat memudahkan masyarakat daripada bank konvensional. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian dimana penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan objek kedua penelitian ini berfokus pada dua hal yang berbeda, sedangkan persamaan di antaranya adalah kedua penelitian ini sama-sama mengukur tingkat pemahaman responden dengan menggunakan teori dan indikator yang sama.

5. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ary Muthia (2017), dengan judul “Analisis Pemahaman Masyarakat Kecamatan Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan digital Perbankan”. Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa masyarakat di Kecamatan Medan Johor memahami penggunaan layanan digital perbankan dengan tingkat rata-

rata pemahaman sebesar 78,75%. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian untuk mengukur tingkat pemahaman terhadap suatu layanan digital. Perbedaan diantara penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian, penelitian ini mengukur tingkat pemahaman layanan digital perbankan sedangkan penelitian yang akan dilakukan mengukur tingkat pemahaman penggunaan *e-money*. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek penelitian dan jumlah indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman responden, sedangkan persamaan kedua penelitian ini adalah kedua penelitian menggunakan metode penelitian yang sama.

Penelitian terkait bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian lainnya, adapun ringkasan dari penelitian yang terkait dengan penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terkait

No	Identitas Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yola Faisya Putri (2021), "Pemahaman Masyarakat Nagari Tanjung Bingkung Terhadap Bank Syariah".	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat nagari Tanjung Bingkung memahami bank syariah, terutama dalam memahami bank syariah secara umum dan perbedaan bank syariah dengan bank konvensional. Namun, jika dibahas lebih dalam mengenai bank syariah pemahaman dan pengetahuan masyarakat masih sedikit

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Identitas Peneliti	Hasil Penelitian
		rendah jika dibahas lebih mendalam mengenai bank syariah terutama pada pembahasan akad dan produk bank syariah cukup banyak masyarakat yang menjawab ragu-ragu bahkan tidak setuju. Berdasarkan hasil penelitian, pemahaman masyarakat Nagari Tanjung Bingkung terhadap bank syariah masyarakat memahami bank syariah secara umum, namun jika membahas bank syariah lebih luas masyarakat masih kurang mendalamnya
2	Lidiawati (2020), “Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk-Produk Pembiayaan Pada Perbankan Syariah Desa Jago Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah”.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman masyarakat desa jago terhadap produk-produk pembiayaan pada perbankan syariah masuk dalam kategori tingkatan pemahaman terjemah, dimana masyarakat desa jago sudah mampu mengalih artikan bahasa yang satu ke dalam bahasa yang lain, yaitu masyarakat desa jago dapat menjelaskan dan mendefinisikan istilah perbankan syariah.
3	Erik Saputra (2019), “ Pemahaman Karyawan BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu Tentang Pembiayaan Murabahah Bil Wakalah”.	Hasil penelitian ditemukan bahwa : Pemahaman karyawan terhadap pembiayaan <i>murabahah bil wakalah</i> di BNI Syariah berada pada tingkat menafsirkan (<i>interpretation</i>). Yakni hanya mampu menjelaskan bahwa akad pembiayaan <i>murabahah bil wakalah</i> sudah sesuai prosedur yang terdapat, tetapi belum mampu menafsirkan secara rinci prosedur pelaksanaan akad <i>murabahah bil wakalah</i> .
4	Muhammad Iqbal (2019), “Analisis Tingkat Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat Kuta Alam terdiri dari tiga komponen. <i>Pertama</i> ,

Tabel 2.1 Lanjutan

No	Identitas Peneliti	Hasil Penelitian
	Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di Kecamatan Kuta Alam)”	kategori masyarakat tidak paham, dikarenakan tidak pernah bertransaksi dan berinteraksi dengan bank syariah maupun produk tersebut, <i>Kedua</i> , kategori masyarakat kurang paham, dikarenakan masyarakat ini pernah melakukan transaksi di bank syariah, akan tetapi kurangnya pemahaman secara baik disebabkan pembiayaan yang diambil tidak dipelajari secara akurat, <i>Ketiga</i> , kategori masyarakat memahami secara baik, masyarakat ini memahami tentang pembiayaan bank syariah dikarenakan pernah melakukan transaksi.
5	Ary Muthia (2017), “Analisis Pemahaman Masyarakat Kecamatan Medan Johor Terhadap Penggunaan Layanan digital Perbankan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat di Kecamatan Medan Johor memahami penggunaan layanan digital perbankan dengan tingkat rata-rata pemahaman sebesar 78,75%.

Sumber: Data diolah,(2021)

2.5 Kerangka Penelitian

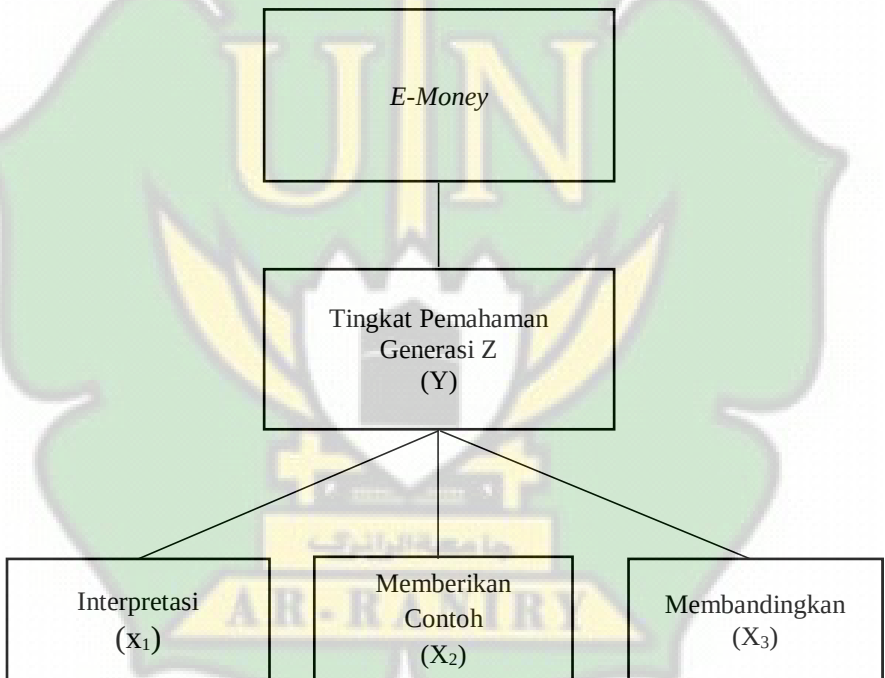
Sugiyono (2017:60) mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir pada penelitian ini adalah bagaimana tingkat pemahaman Generasi Z di kota banda aceh terhadap penggunaan *e-money* sebagai salah satu alat pembayaran canggih yang ditargetkan untuk generasi muda yang melek teknologi.

Pemahaman adalah tingkat kemampuan seseorang untuk mengerti akan suatu hal, tidak hanya hafal secara verbalitas akan tetapi mampu menjabarkan kembali serta mengetahui dengan pasti

prosedur operasinalnya. Tingkat pemahaman *e-money* adalah skala kemampuan seseorang untuk mengerti bahwa *e-money* merupakan alternatif pembayaran yang berbasis teknologi digital yang kemudian diartikan dan dimengerti berdasarkan pandangan individu. Berikut adalah gambaran kerangka berpikir dalam penelitian ini:

Gambar 2 1

Kerangka Berpikir



Sumber : Data diolah (2021)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Pengertian penelitian kuantitatif menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:38) adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pada pengertian yang lain penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka baik yang secara langsung diambil dari hasil penelitian maupun data yang diolah dengan menggunakan analisis statistik. (Sugiyono, 2016). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yang dapat disebut dengan penelitian empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian. Perolehan informasi pada penelitian ini berasal dari kegiatan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dan juga penyebaran kuesioner.

3.2 Data dan Teknik Perolehannya

3.2.1 Data Primer

Menurut Umi Narimawati dalam (Pratiwi,2017:211) data primer adalah “data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk

file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data”. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari jawaban pada kuesioner yang akan diberikan kepada responden yang berasal dari Generasi Z di kota Banda Aceh.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang di terbitkan oleh berbagai instansi lain atau data pendukung yang peneliti dapatkan selain dari penyebaran angket (Situmorang, 2010). Contoh dari data sekunder adalah dokumen-dokumen, buku, jurnal-jurnal dan lain sebagainya. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku, jurnal penelitian sebelumnya dan publikasi statistik instrumen *e-money* oleh Bank Indonesia.

3.2.3 Populasi

Populasi dalam pengertian yang dikemukakan Sugiyono (2019:130) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian dipelajari untuk ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian di atas maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang berdomisili di Kota Banda Aceh.

3.2.4 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:131) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah sebagian data yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili populasi. Pada penelitian ini objek yang digunakan sangat besar yaitu generasi yang lahir dalam kurun waktu 1995 hingga 2010 dan tidak diketahui jumlah dari populasi atau populasi *infini*, oleh karena itu dalam melakukan perhitungan ukuran sampel yang akan digunakan peneliti menggunakan rumus Cochran, seperti yang ditunjukkan dibawah ini:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (3.1)$$

Keterangan

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurve normal uuntuk simpangan 5% dengan nilai, 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = sampel error 10%

maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416(0,5)(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{3,8416.0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100 \text{ (digenapkan)}$$

(Sugiyono, 2019:142)

Berdasarkan hasil diatas maka sampel dalam penelitian ini sekurang-kurangnya berjumlah 100 responden untuk mewakili populasi. Untuk menetapkan sampel pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik *Sampling Purposive*. Sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini peneliti menetapkan beberapa kriteria untuk pengambilan sampel diantaranya, sampel merupakan Generasi Z atau orang-orang dengan tahun kelahiran antara 1995 sampai 2010, memiliki aplikasi *e-money*, dan berdomisili di Kota Banda Aceh.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif , 2019). Teknik pengumpulan data dengan

menggunakan kuesioner dianggap sangat cocok untuk penelitian ini dikarenakan pada penelitian akan menggunakan sampel dengan jumlah yang besar. Tipe kuesioner pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup dimana para responden hanya perlu memilih alternatif jawaban yang telah diberikan oleh peneliti, dengan menggunakan kuesioner tertutup nantinya juga akan mempermudah proses analisis data dari kuesioner yang telah terkumpul. Kuesioner ini nantinya akan disebarakan kepada responden dalam bentuk google form hal ini dilakukan oleh peneliti agar proses penyebaran dan pengumpulan kuesioner menjadi lebih efektif dan efisien.

3.3.2 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang dan pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alau ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Pada penlitian ini peneliti menggunakan pengukuran data tingkat rasio dengan teknik pengukuran menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial yang dimaksud adalah penggunaan aplikasi *e-money* dan variabel yang akan diukur untuk fenomena tersebut adalah tingkat pemahaman. Dalam pengukuran skala likert ini variabel yang telah ditetapkan akan dijabarkan menjadi indikator, indikator variabel yang telah ditetapkan dalam penelitian ini adalah interpretasi, memberikan contoh dan membandingkan dari 3 item

indikator tersebut nantinya akan disusun dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap pertanyaan yang akan diberikan memiliki gradasi penilaian dari sangat positif sampai sangat negatif. Adapun gradasi penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3 1
Skala Likert

Pemahaman Responden	Keterangan
SP	Sangat Paham
P	Paham
CP	Cukup Paham
TP	Tidak Paham
STP	Sangat Tidak Paham

Sumber: Sugiyono (diolah), 2019

3.4 Operasional Variabel

Kata “variabel” hanya ada dalam penelitian kuantitatif, karena penelitian kuantitatif berpandangan bahwa, suatu gejala dapat diklasifikasikan menjadi variabel-variabel. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Creswell (2012) variabel adalah karakteristik atau atribut dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi yang bisa bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti. Sedangkan menurut sugiyono variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh

peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019)

Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain memahami adalah mengetahui sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berfikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan. Tingkat pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain memahami adalah mengetahui sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi.

Pada operasional ini telah dilampirkan pernyataan item untuk dimuat dalam kuesioner pada saat penelitian dilakukan. Pernyataan item dalam operasional variabel ini diadopsi oleh peneliti dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya diantaranya: Nur Fitrah Muttaqin (2013), Nisa Indira Vhistika (2017), Ary Muthia (2017). Operasional variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3 2
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pernyataan Item
Pema- haman	Interpretasi	1. <i>E-money</i> merupakan layanan transaksi keuangan berbasis digital yang diawasi oleh OJK 2. Pengisian ulang (Top-Up) <i>e-money</i> dapat dilakukan dimana saja seperti mini market, ATM, dan Mobile banking. 3. Penggunaan <i>e-money</i> sangat mudah dimengerti

Tabel 3.2 Lanjutan

Variabel	Indikator	Pernyataan Item
Pemahaman	Interpretasi	4. Saya mampu menjelaskan kepada teman saya bahwa pembuatan layanan digital <i>e-money</i> bisa diperoleh dengan mendownloadnya di Google Playstore atau Appstore 5. Aplikasi <i>e-money</i> hanya dapat digunakan apabila terhubung dengan jaringan internet 6. Pembayaran menggunakan <i>e-money</i> dapat dilakukan dengan scan kode QR yang tersedia di gerai sesuai dengan aplikasi yang dibutuhkan 7. <i>E-money</i> merupakan satu layanan transaksi keuangan yang disediakan oleh perusahaan finansial untuk memudahkan transaksi pembayaran bagi penggunaanya. 8. Saya dapat menyimpan sejumlah uang dalam <i>e-money</i>
	Memberikan Contoh	9. OVO, Go-Pay, Linkaja, Shopeepay, dan Dana merupakan produk <i>e-money</i> berbasis server. 10. Brizzi, Flazz, <i>E-money</i>, dan Tapcash merupakan produk <i>e-money</i> yang diterbitkan oleh pihak perbankan. 11. Saya dapat memberikan contoh cara bertransaksi menggunakan aplikasi <i>e-money</i> kepada orang lain 12. Saya dapat memberikan contoh kegunaan aplikasi <i>e-money</i> antara lain pembayaran tagihan listrik, internet, telepon, dan lain-lain 13. Saya dapat memberikan contoh resiko aplikasi <i>e-money</i> bisa digunakan oleh orang lain akibat kelalaian dalam menjaga kerahasiaan <i>password</i> dan PIN.
	Membandingkan	14. Penggunaan <i>e-money</i> bisa dilakukan menggunakan <i>smartphone</i> tanpa perlu membawa uang tunai . 15. Dari segi keamanan layanan <i>e-money</i> lebih aman digunakan dari pada harus membawa uang tunai yang terlalu banyak dan rentan kejahatan. 16. Bertransaksi menggunakan <i>e-money</i> dapat menghemat waktu saat bertransaksi. 17. Layanan <i>e-money</i> memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran

Tabel 3.2 Lanjutan

Variabel	Indikator	Pernyataan Item
Pema- haman	Memban- dingkan	18. Penggunaan <i>e-money</i> dapat menghentikan kegiatan penerimaan uang kembalian dalam bentuk permen. 19. <i>E-money</i> menunjukkan kemajuan teknologi finansial di Indonesia.

Sumber: Data (diolah), 2021

3.5 Uji Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2014:51) uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat sebuah pernyataan dalam kuesioner yang akan ditanyakan kepada responden. Sebuah instrumen dapat dinyatakan valid apabila mampu mengukur dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan nilai r hasil *corrected item total correlation* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal adalah jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Pengukuran reliabilitas dilakukan

dengan alat bantu SPSS statistik untuk menghitung besarnya *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 .

3.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data yang dilakukan berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data diri setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis kuantitatif deskriptif yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka yang dalam perhitungannya menggunakan metode statistik dengan bantuan program SPSS (*statistik product and service solution*). Penyajian analisis kuantitatif deskriptif ini akan disajikan dalam bentuk tabel, dan frekuensi yang nantinya akan menunjukkan gambaran pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan *e-money*.

3.6.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif adalah proses pengolahan data yang telah didapat dari responden guna mengetahui gambaran data yang akan dianalisis (Hartono, 2016). Data tersebut dianalisis dengan langkah-langkah seperti: (a) Verifikasi Data yaitu memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk memastikan apakah

semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap oleh responden.

(b) Menghitung Nilai Jawaban yang dilakukan dengan cara: Menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden atas setiap item pertanyaan yang diajukan.

Dalam analisis deskriptif pada penelitian ini penggunaan *e-money* pada Generasi Z dilihat dari sisi tingkat pemahaman disajikan dalam bentuk skala dengan menggunakan metode skala likert sebagai berikut:

1. Penentuan Nilai Jawaban

Penentuan nilai jawaban dalam analisis ini dapat dilihat pada tabel terlampir dibawah ini:

Tabel 3 3
Skala Penilaian Jawaban

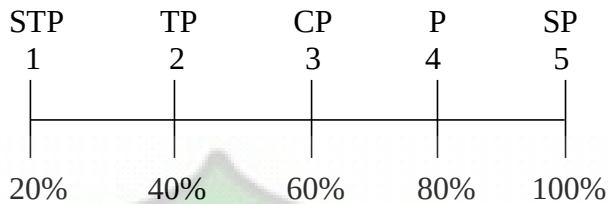
Skala Jawaban	Nilai
Sangat Paham/SP	5
Paham/P	4
Cukup Paham/CP	3
Tidak Paham/TP	2
Sangat Tidak Paham/STP	1

Sumber: Sugiyono (diolah), 2019

2. Skala Penilaian

Nilai dan jarak pada skala penilaian ditentukan berdasarkan pada tabel 3.3 sebagaimana terlampir diatas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 3 1
Skala Ukur Penilaian



Skala penilaian ini berfungsi untuk mengetahui hasil dari keseluruhan data angket yang didapat. Dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3 4
Skala Presentase (%)

Nilai Jawaban	Skala
81% - 100%	SP
61% - 80%	P
41% - 60%	CP
21% - 40%	TP
0% - 20%	STP

Sumber: Data (diolah), 2021

3. Presentase Jawaban

Presentase untuk semua kemungkinan jawaban diperoleh dari membagi frekuensi yang diperoleh dengan jumlah sampel kemudian di kalikan 100%. Berikut rumus untuk menghitung presentase jawaban:

$$\text{Presentase} = \frac{\text{Jumlah Skor}}{\text{Jumlah Responden}} \times 100\%$$

sedangkan untuk menentukan rata-rata dari persentase jawaban, maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{jumlah skor}}{\text{alternatif jawaban tertinggi} \times \text{jumlah responden}} \times 100\%$$

(Sugiyono, 2012:95)



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kota Banda Aceh

4.1.1 Demografi Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh merupakan ibukota Provinsi Aceh. Secara geografis Kota Banda Aceh berada pada posisi antara 5°16'15" - 5°36'16" Lintang Utara dan 95°16'15" - 95°22'16" Bujur Timur. Daratan Kota Banda Aceh memiliki rata-rata *altitude* 0,80 meter diatas permukaan laut. Kota Banda Aceh memiliki luas wilayah sebesar 61.359 Ha atau 61,36 Km². Disisi timur dan selatan Kota Banda Aceh dikelilingi oleh Kabupaten Aceh Besar. Kota Banda Aceh memiliki 9 kecamatan yaitu, Baiturrahman, Banda Raya, Kuta Alam, Kuta Raja, Ulee Kareng, Lung Bata, Meuraksa, Jaya Baru, dan Syiah Kuala. Syiah Kuala menjadi kecamatan terluas di kota Banda Aceh dengan luas 14,24 Km².

Penduduk Kota Banda pada tahun 2020 tercatat sebanyak 252.899 jiwa yang terdiri dari 127.435 jiwa penduduk laki-laki dan 125.464 jiwa penduduk perempuan. Bila dilihat dari data struktur penduduk yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh jumlah penduduk terbanyak didominasi oleh kelompok belia yakni penduduk dengan usia 0-9 tahun sebanyak 49.538 jiwa. Berdasarkan piramida penduduk Kota Banda Aceh tahun 2020 penduduk dengan usia antara 15 sampai 24 tahun atau sebagian besar dari Generasi Z menjadi penduduk dengan populasi terkecil di Kota Banda Aceh.

Hal ini diperkirakan karena banyak dari mereka yang melakukan migrasi keluar Kota Banda Aceh untuk keperluan pendidikan. (Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh, 2021)

Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh selama periode 2017-2021 memiliki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang terus meningkat. Pada tahun 2021 IPM Kota Banda Aceh mencapai 85,71% dengan angka Harapan Lama Sekolah (HLS) selama 17 tahun atau setara dengan tamat perguruan tinggi. Hal ini nantinya akan mempengaruhi tingkat pemahaman seseorang dimana semakin lama seseorang menempuh pendidikan akan semakin meningkatkan kemampuan berpikir atau wawasan seseorang.

4.2 Gambaran Generasi Z Kota Banda Aceh

Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam kurun waktu antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Sebagian juga mengatakan bahwa generasi ini merupakan generasi internet atau generasi digital. Menurut Grail Research (2011), Generasi Z adalah generasi pertama yang sebenar-benarnya generasi internet atau dengan kata lain adalah penduduk asli era digital (*digital native*). Generasi Z atau penduduk asli era digital ini lahir saat dunia teknologi digital lengkap seperti Personal Computer (PC), ponsel, perangkat gaming dan internet. Mereka menghabiskan waktu luang untuk menjelajahi web, lebih suka tinggal di dalam ruangan, dan bermain online daripada pergi keluar dan bermain di luar ruangan (Zis, Effendi, & Roem, 2021).

Berdasarkan pengelompokan usia diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar generasi z merupakan pelajardan mahasiswa. Di Kota Banda Aceh kelompok penduduk dengan usia 15 – 19 tahun dan 20 – 24 tahun memiliki jumlah penduduk masing-masing berkisaran 20.000 jiwa, namun jumlah penduduk kedua kelompok tersebut mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2020 hal ini diperkirakan terjadi karena banyak dari mereka yang malanjutkan pendidikan di luar kota Banda Aceh.

4.3 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini peneliti melibatkan 100 orang responden, yaitu Generasi Z yang berdomisili di kota Banda Aceh. Generasi Z tersebut memiliki usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan pendapatan, status perkawinan, dan kepemilikan *e-money* yang berbeda-beda. Deskripsi karakteristik Generasi Z kita Banda Aceh dapat di lihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik 100 Responden

No	Karakteristik	Frekuensi Generasi Z	Presentase (%)
1	Usia: 1. <17 Tahun 2. 18 – 21 Tahun 3. 22 – 26 Tahun	- 30 70	- 30,0 70,0
2	Jenis Kelamin: 1. Laki-laki 2. Perempuan	50 50	50,0 50,0
3	Tingkat Pendidikan: 1. SMA/MA 2. S1 3. S2	25 72 3	25,0 72,0 3,0

Tabel 4.1 Lanjutan

No	Karakteristik	Frekuensi Generasi Z	Presentase (%)
4	Pekerjaan: 1. Pelajar 2. Mahasiswa 3. PNS 4. Wiraswasta 5. Lainnya	1 71 1 9 18	1,0 71,0 1,0 9,0 18,0
5	Pendapatan: 1. 0 – 1.000.000 2. 1.000.000 – 3.000.000 3. > 3.000.000	73 18 9	73,0 18,0 9,0
6	Status Perkawinan: 1. Belum Menikah 2. Sudah Menikah	95 5	95,0 5,0
7	Domisili: 1. Baiturrahman 2. Banda Raya 3. Jaya Baru 4. Kuta Alam 5. Kuta Raja 6. Lung Bata 7. Meuraksa 8. Syiah Kuala 9. Ulee Kareng	14 10 10 11 10 10 10 12 13	14,0 10,0 10,0 11,0 10,0 10,0 10,0 12,0 13,0
8	Mempunyai Aplikasi <i>E-Money</i> : 1. Punya 2. Tidak Punya	100 -	100,0 -
Total		100	100

Sumber : Data Primer, (2021)

Berdasarkan tabel 4.1 penelitian terhadap 100 responden yang berasal dari Generasi Z di kota Banda Aceh memiliki karakteristik sebagai berikut:

Responden dengan usia antara 22-26 tahun mendominasi penelitian ini yaitu sebanyak 70 orang atau sebesar 70%, sedangkan

30 orang atau 30% dengan usia 18-21 tahun, dan untuk umur 17 tahun kebawah masih dikategorikan anak dibawah umur atau masih perlu pendampingan dari orang tua untuk melakukan transaksi pembayaran agar tidak terjadi kekeliruan, sehingga peneliti tidak memasukkan responden dengan kategori usia 17 tahun kebawah, meskipun mereka termasuk kedalam kategori Generasi Z.

Responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan diambil dengan jumlah yang sama untuk dapat mewakili tingkat pemahaman Generasi Z secara keseluruhan, sehingga responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan masing-masing memiliki responden sebanyak 50 orang atau 50%.

Tingkat pendidikan responden yang menjadi sampel penelitian didominasi oleh tingkat pendidikan S1 sebesar 72 atau 72%, kemudian ada dari tingkat pendidikan SMA/MA sebesar 25 atau 25% dan 3 orang atau 3% dengan tingkat pendidikan S2. Sejalan dengan tingkat pendidikan maka pekerjaan terbanyak adalah sebagai mahasiswa yaitu sebesar 71 atau 71%, kemudian ada dengan pekerjaan yang tidak disebutkan atau lainnya sebesar 18 atau 18%.

Jumlah pendapatan dari Generasi Z terbanyak yaitu 0-1.000.000 sebanyak 73 atau 73% hal ini selaras bila dilihat dari jenis pekerjaan yang dimiliki oleh Generasi Z yaitu sebagai mahasiswa, kemudian responden dengan jumlah pendapatan 1.000.000-3.000.000 sebanyak 18 atau 18%, dan jumlah responden dengan pendapatan diatas 3.000.000 sebanyak 4%.

Domisili responden pada penelitian ini memiliki sebaran yang relatif sama sehingga dapat mewakili pengukuran tingkat pemahaman Generasi Z di Kota Banda Aceh. Kecamatan Baiturrahman dan Ulee Kareng memiliki responden yang sedikit lebih besar dari kecamatan lainnya di Kota Banda Aceh, yaitu sebanyak 14 dan 13 orang atau 14% dan 13%, hal ini dikarenakan kecamatan Baiturrahman merupakan kecamatan dengan penduduk terpadat di Kota Banda Aceh, sedangkan untuk kecamatan Ulee Kareng memiliki lebih banyak penduduk dengan usia yang termasuk dalam kategori penelitian.

4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat menguji setiap butir pertanyaan yang terlampir di dalam angket yang disebarkan kepada 100 responden. Berikut hasil uji validitas yang terdapat pada Tabel 4.2:

Tabel 4. 2
Uji Validitas 100 Responden

Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
IP1	0,165	0,709	Valid
IP2	0,165	0,731	Valid
IP3	0,165	0,802	Valid
IP4	0,165	0,779	Valid
IP5	0,165	0,646	Valid
IP6	0,165	0,787	Valid
IP7	0,165	0,801	Valid
IP8	0,165	0,734	Valid
MC1	0,165	0,760	Valid
MC2	0,165	0,708	Valid
MC3	0,165	0,864	Valid
MC4	0,165	0,854	Valid

Tabel 4.2 Lanjutan

Indikator	r tabel	r hitung	Keterangan
MC5	0,165	0,726	Valid
MB1	0,165	0,687	Valid
MB2	0,165	0,689	Valid
MB3	0,165	0,809	Valid
MB4	0,165	0,785	Valid
MB5	0,165	0,684	Valid
MB6	0,165	0,700	Valid

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM versi 26 (2021).

Berdasarkan tabel 4.2 uji validitas di atas dapat dilihat bahwa setiap pertanyaan dalam instrumen dinyatakan valid. Hal ini dapat dibuktikan dengan membandingkan setiap nilai r hitung dengan r tabel dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai r hitung setiap komponen pernyataan lebih lebih besar daripada r tabel. Pengambilan nilai r tabel menggunakan rumus $df = N - 2$ yang berarti $df = 100 - 2 = 98$. Jadi nilai r tabel yang digunakan adalah r tabel 98 yaitu 0,165, sedangkan r hitung lebih besar dari 0,165.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan yang ditunjukkan oleh setiap instrumen pengukuran. Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Hasil uji reliabilitas tersebut dapat dilihat pada tabel 4.3:

Tabel 4. 3
Uji Reliabilitas 100 Responden

Indikator	Minimal <i>Cronch's Alpha</i>	Cronch's Alpha	Keterangan
Interpretasi	0,60	0.929	Reliabel
Memberikan contoh		0.891	Reliabel
Membandingkan		0.902	Reliabel

Sumber: Data Primer Out Put SPSS Statistik IBM Versi 26 (2021)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Cronch's Alpha* pada variabel penelitian lebih besar dari 0,60.

4.5 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, tingkat pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan *e-money* diukur dengan menggunakan tiga indikator yaitu: menginterpretasikan, memberikan contoh dan membandingkan disajikan dalam bentuk analisis deskriptif.

4.5.1 Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan *e-money* Indikator Interpretasi

Tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh terhadap penggunaan *e-money* pada indikator interpretasi atau menginterpretasikan hal-hal umum terkait *e-money* diukur dengan 8 (delapan) butir. Dari 8 (delapan) butir pernyataan diatas maka di dapat hasil Jawaban oleh 100 responden sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator Interpretasi

N o	STP		TP		CP		P		SP		Total	
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
1	1	1,0	3	3,0	8	8,0	35	35,0	53	53,0	100	100
2	-	-	-	-	3	3,0	31	31,0	66	66,0	100	100
3	1	1,0	-	-	5	5,0	40	40,0	54	54,0	100	100
4	-	-	1	1,0	9	9,0	30	30,0	60	60,0	100	100
5	-	-	-	-	5	5,0	25	25,0	70	70,0	100	100
6	-	-	-	-	9	9,0	32	32,0	59	59,0	100	100
7	-	-	-	-	7	7,0	32	32,0	61	61,0	100	100
8	-	-	-	-	10	10,0	28	28,0	62	62,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah) 2021

1. *E-money* merupakan layanan transaksi keuangan berbasis digital yang diawasi oleh OJK.

Pada tabel 4.4 diatas menjelaskan bahwa pada pernyataan pertama responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 53 % kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 35%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 8%, responden yang menjawab tidak paham (TP) sebesar 3%, dan 1% menjawab sangat tidak paham (STP).

2. Pengisian Ulang (top up) *e-money* dapat dilakukan dimana saja seperti di mini market, ATM, dan Mobil Banking

Untuk pernyataan nomor 2 (dua) pada tabel 4.4 dijelaskan bahwa jawaban terbanyak yang dipilih oleh responden adalah sangat paham

(SP) dengan jumlah 66%, kemudian responden yang memilih jawaban paham (P) sebanyak 31%, responden yang memilih jawaban cukup paham (CP) sebanyak 3%, dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

3. Penggunaan *e-money* sangat mudah dimengerti.

Untuk pernyataan nomor 3 (tiga) pada tabel 4.4 diatas dijelaskan bahwa banyak responden yang memilih jawaban sangat paham (SP) dengan jumlah 54%, kemudian responden dengan pilihan jawaban paham (P) sejumlah 40%, responden dengan jawaban cukup paham (CP) sejumlah 5%, responden dengan pilihan jawaban sangat tidak paham (STP) sejumlah 1%, dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP).

4. Saya mampu menjelaskan kepada kepada orang lain untuk memperoleh layanan digital *e-money* orang tersebut hanya perlu mendownloadnya di Google Playstore atau App Store

Untuk pernyataan nomor 4 (empat) pada tabel 4.4 bahwa sebagian besar responden memilih jawaban sangat paham (SP) dengan total sebesar 60%, kemudian responden dengan jawaban paham (P) sebesar 30%, responden dengan pilihan jawaban cukup paham (CP) sebesar 9%, responden dengan pilihan jawaban tidak paham sebesar 1%, dan tidak ada yang memilih jawaban sangat tidak paham (STP).

5. Transaksi menggunakan *e-money* hanya dapat dilakukan apabila terhubung dengan jaringan internet.

Untuk pernyataan nomor 5 (lima) pada tabel 4.4 diatas dijelaskan bahwa banyak responden yang memilih jawaban sangat paham (SP) dengan jumlah 70%, kemudian responden dengan pilihan jawaban paham (P) sejumlah 25%, responden dengan jawaban cukup paham (CP) sejumlah 5%, responden dengan jawaban tidak paham sejumlah 5% dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

6. Pembayaran menggunakan aplikasi *e-money* dapat dilakukan dengan scan kode QR yang tersedia di gerai tempat transaksi sesuai dengan aplikasi yang dibutuhkan.

Untuk pernyataan nomor 6 (enam) pada tabel 4.4 diatas dijelaskan bahwa banyak responden yang memilih jawaban sangat paham (SP) berjumlah 59%, kemudian responden dengan pilihan jawaban paham (P) sejumlah 32%, responden dengan jawaban cukup paham (CP) sejumlah 9%, dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

7. *E-money* merupakan suatu layanan transaksi keuangan berbasis digital yang diterbitkan oleh perusahaan finansial atau perbankan untuk memudahkan transaksi pembayaran bagi para penggunanya.

Untuk pernyataan nomor 7 (tujuh) pada tabel 4.4 dijelaskan bahwa jawaban terbanyak yang dipilih oleh responden adalah sangat paham (SP) dengan jumlah 61%, kemudian responden yang memilih jawaban paham (P) sebanyak 32%, responden yang memilih

jawaban cukup paham sebanyak 7%, dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

8. Saya dapat menyimpan sejumlah uang dalam *e-money*.

Untuk pernyataan nomor 8 (delapan) pada tabel 4.4 diatas dijelaskan bahwa banyak responden yang memilih jawaban sangat paham (SP) berjumlah 62%, kemudian responden dengan pilihan jawaban paham (P) sejumlah 28%, responden dengan jawaban cukup paham (CP) sejumlah 10%, dan tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

Berdasarkan hasil jawaban responden diatas maka akan dihitung presentase tingkat pemahaman Generasi Z pada indikator interpretasi yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Presentase Jawaban Tingkat Pemahaman Indikator Interpretasi

No	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban x Nilai Skala= hasil	Rata-rata
1	E-money merupakan layanan transaksi keuangan berbasis digital yang diawasi oleh OJK	STP	1 X 1 = 1	
		TP	3 X 2 = 6	
		CP	8 X 3 = 24	
		P	35 X 4 = 140	
		SP	53 X 5 = 265	
		Total 436 : 100 436 : (5X100) X 100%		
2	Pengisian Ulang (top up) e-money dapat dilakukan dimana saja seperti di mini market, ATM, dan Mobil Banking	STP	-	
		TP	-	
		CP	3 X 3 = 9	
		P	31 X 4 = 124	
		SP	66 X 5 = 330	
		Total 463 : 100 463 (5X100) X 100%		

Tabel 4.5 Lanjutan

N o	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban x Nilai Skala= hasil	Rata-rata
3	Penggunaan <i>e-money</i> sangat mudah dimengerti	STP	1 X 1 = 1	4,46 89,2%
		TP	-	
		CP	5 X 3 = 15	
		P	40 X 4 = 160	
		SP	54 X 5 = 270	
		Total 446 : 100 446 : (5X100) X 100%		
4	Saya mampu menjelaskan kepada orang lain untuk memperoleh layanan digital <i>e-money</i> orang tersebut hanya perlu mendownloadnya di Google Playstore	STP	-	4,49 89,9%
		TP	1 X 2 = 2	
		CP	9 X 3 = 27	
		P	30 X 4 =120	
		SP	60 x 5 = 300	
		Total 449 : 100 449 : (5X100) X 100%		
5	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> hanya dapat dilakukan apabila terhubung dengan jaringan internet	STP	-	4,65 93%
		TP	-	
		CP	5 X 3 = 15	
		P	25 X 4 = 100	
		SP	70 X 5 = 350	
		Total 465 : 100 465 : (5X100) X 100%		
6	Pembayaran menggunakan aplikasi <i>e-money</i> dapat dilakukan dengan scan kode QR yang tersedia di gerai tempat transaksi sesuai dengan aplikasi	STP	-	4,50 90%
		TP	-	
		CP	9 X 3 = 27	
		P	32 X 4 = 128	
		SP	59 X 5 = 295	
		Total 450 : 100 450 : (5X100) X 100%		
7	<i>E-money</i> merupakan suatu layanan transaksi keuangan berbasis digital yang diterbitkan oleh perusahaan finansial atau Perbankan untuk memudahkan transaksi pembayaran bagi para penggunanya.	STP	-	4,54 90,8%
		TP	-	
		CP	7 X 3 = 21	
		P	32 X 4 = 128	
		SP	61 X 5 = 305	
		Total 454 : 100 454 : (5X100) X 100%		

Tabel 4.5 Lanjutan

N o	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban x Nilai Skala= hasil	Rata-rata
8	Saya Dapat Menyimpan Sejumlah Uang dalam <i>e-money</i>	STP	-	
		TP	-	
		CP	10 X 3 = 30	
		P	28 X 4 = 112	
		SP	62 X 5 = 310	
		Total 452 : 100 452 : (5X100) X 100%		4,52 90,4%
Total Keseluruhan		3.615		
Jumlah Rata-rata (%) Variabel		36,15 : 8 3.615 : (5X100) : 8 X 100%		4,51 90,37%

Sumber: Data Primer (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan presentase setiap item pernyataan pada indikator interpretasi diatas dapat dilihat pada item pernyataan nomor 5 (lima) memiliki nilai tertinggi dari keseluruhan butir pernyataan, butir tersebut menyatakan bahwa aplikasi *e-money* hanya dapat diakses apabila terhubung dengan jaringan internet tentu hal ini adalah hal yang sangat umum untuk diketahui. Nilai pada pernyataan tersebut adalah 93%, sedangkan pernyataan dengan nilai presentase terendah yaitu terdapat pada pernyataan butir pertama yang menyatakan bahwa aplikasi *e-money* merupakan layanan transaksi berbasis digital yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

4.5.2 Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan *E-money* Indikator Memberikan Contoh

Tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh terhadap penggunaan *e-money* pada indikator memberikan contoh dalam hal ini akan diukur dengan 5 (lima) butir pernyataan, untuk melihat

bagaimana tingkat pemahaman Generasi Z terhadap contoh produk-produk *e-money*, contoh kegunaan *e-money*, dan contoh risiko yang akan timbul. Berdasarkan 5 (Lima) pernyataan diatas maka hasil jawaban atas 100 responden yang diuji di sediakan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 6
Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator Memberikan Contoh

No	STP		TP		CP		P		SP		Total	
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
1	-	-	2	2,0	8	8,0	26	26,0	64	64,0	100	100
2	1	1,0	3	3,0	19	19,0	26	26,0	51	51,0	100	100
3	1	1,0	2	2,0	11	11,0	32	32,0	54	54,0	100	100
4	1	1,0	1	1,0	10	10,0	32	32,0	56	56,0	100	100
5	1	1,0	1	1,0	12	12,0	33	33,0	53	53,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

1. Go-Pay, OVO, ShopeePay, dan Dana merupakan produk *e-money* berbasis server

Pada tabel 4.6 diatas menjelaskan bahwa pada pernyataan pertama responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 64% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 26%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 8%, responden yang menjawab tidak paham (TP) sebesar 2%, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak paham (STP).

2. Brizzi, Flazz, *E-Money*, dan Tapcash merupakan produk *e-money* berbasis chip yang diterbitkan oleh pihak perbankan.

Untuk pernyataan nomor 2 (dua) pada tabel 4.4 diatas menjelaskan bahwa responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 51% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 26%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 19%, responden yang menjawab tidak paham (TP) sebesar 3%, dan 1% menjawab sangat tidak paham (STP).

3. Saya dapat memberikan contoh cara bertransaksi dengan menggunakan *e-money* kepada orang lain.

Untuk pernyataan nomor 3 (tiga) pada tabel 4.4 diatas menjelaskan bahwa responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 54% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 32%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 11%, responden yang menjawab tidak paham (TP) sebesar 2%, dan 1% menjawab sangat tidak paham (STP).

4. Saya dapat memberikan contoh kegunaan aplikasi *e-money* antara lain pembayaran tagihan listrik, internet, telepon dan lain-lain.

Untuk pernyataan nomor 4 (empat) pada tabel 4.4 diatas menjelaskan bahwa responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 56% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 32%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 11%, responden yang menjawab tidak

paham (TP) sebesar 1%, dan 1% menjawab sangat tidak paham (STP).

5. Saya dapat memberikan contoh dari segi risiko bahwa aplikasi *e-money* bisa saja digunakan oleh orang lain akibat kelalaian dalam menjaga Password dan PIN.

Untuk pernyataan nomor 5 (lima) pada tabel 4.4 diatas menjelaskan bahwa responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 53% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 33%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 12%, responden yang menjawab tidak paham (TP) sebesar 1%, dan 1% menjawab sangat tidak paham (STP).

Berdasarkan hasil jawaban responden diatas maka akan dihitung presentase tingkat pemahaman Generasi Z pada indikator memberikan contoh yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Presentase Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator
Memberikan Contoh

N o	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban x Nilai skala = hasil	Rata- rata
1	Go-Pay, OVO, Shopeepay, dan Dana merupakan produk <i>e-money</i> berbasis server	STP	-	
		TP	$2 \times 1 = 2$	
		CP	$8 \times 3 = 24$	
		P	$26 \times 4 = 104$	
		SP	$64 \times 5 = 320$	
		Total 450 : 100 $450 : (5 \times 100) \times 100\%$		4,50 90%

Tabel 4.7 Lanjutan

N o	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban x Nilai skala = hasil	Rata-rata
2	Brizzi, Flazz, <i>E-Money</i> , dan Tapcash merupakan produk <i>e-money</i> berbasis chip yang diterbitkan oleh pihak perbankan	STP	1 X 1 = 1	4,23 84,6%
		TP	3 X 2 = 6	
		CP	19 X 3 = 57	
		P	26 X 4 =104	
		SP	51 X 5 =255	
		Total 423 : 100 423 : (5X100) X 100%		
3	Saya dapat memberikan contoh cara bertransaksi dengan menggunakan <i>e-money</i> kepada orang lain	STP	1 X 1 = 1	4,36 87,2%
		TP	2 X 2 = 4	
		CP	11 X 3 = 33	
		P	32 X 4 = 128	
		SP	54 X 5 = 270	
		Total 436 : 100 436 : (5X100) X 100%		
4	Saya dapat memberikan contoh kegunaan aplikasi <i>e-money</i> antara lain pembayaran tagihan listrik, internet, telepon dan lain-lain	STP	1 X 1 = 1	4,41 88,2%
		TP	1 X 2 = 2	
		CP	10 X 3 = 30	
		P	32 X 4 = 128	
		SP	56 X 5 = 280	
		Total 441 : 100 441 : (5X100) X 100%		
5	Saya dapat memberikan contoh dari segi risiko bahwa aplikasi <i>e-money</i> bisa saja digunakan oleh orang lain akibat kelalaian dalam menjaga Password dan PIN	STP	1 X 1 = 1	4,36 87,2%
		TP	1 X 2 = 2	
		CP	12 X 3 = 36	
		P	33 X 4 = 132	
		SP	53 X 5 = 265	
		Total 436 : 100 436 : (5X100) X 100%		
Total Keseluruhan		2.186		
Jumlah Rata-rata (%) variabel		21,86 : 5 2.186 : (5X100) : 5 X 100%		4,37 87,4%

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan hasil perhitungan presentase setiap item pernyataan pada indikator memberikan contoh diatas dapat dilihat bahwa item pernyataan nomor 1 (satu) memiliki presentase terbesar dari seluruh item pernyataan dengan nilai 90%, hal ini dikarenakan

contoh dari produk-produk *e-money* berbasis digital seperti OVO, Go-Pay dan sebagainya merupakan produk yang sangat familiar berada disekitar lingkungan kita sehingga tingkat pemahaman terhadap produk-produk tersebut relatif tinggi.

Sedangkan untuk item pernyataan yang lain bernilai relatif sama kecuali pada item nomor 2 (dua) mengenai produk-produk *e-money* yang dikeluarkan oleh bank hal ini dikarenakan produk tersebut hanya bisa didapatkan apabila kita mengurusnya di bank yang diinginkan sehingga proses untuk mendapatkannya sedikit lebih lama daripada *e-money* berbasis server yang bisa langsung diunduh pada *smartphone* masing-masing.

4.5.3 Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan *E-money* Indikator Membandingkan

Tingkat pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan *e-money* pada indikator membandingkan akan dianalisis dengan 6 (enam) butir pernyataan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh dalam membandingkan antara *e-money* dan instrumen pembayaran lain seperti uang kartal. Berdasarkan 6 (enam) pernyataan diatas maka hasil jawaban atas 100 responden yang diuji di sediakan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 8

Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator Membandingkan

N o	STP		TP		CP		P		SP		Total	
	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%	fr	%
1					6	6,0	28	28,0	66	66,0	100	100
2					8	8,0	32	32,0	60	60,0	100	100
3					8	8,0	27	27,0	65	65,0	100	100
4			1	1,0	4	4,0	25	25,0	70	70,0	100	100
5	1	1,0	-	-	6	6,0	22	22,0	71	71,0	100	100
6	1	1,0	-	-	7	7,0	19	19,0	73	73,0	100	100

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

1. Transaksi menggunakan *e-money* dapat dilakukan pada *smartphone* tanpa perlu membawa uang tunai

Berdasarkan tabel 4.8 diatas untuk pernyataan pertama dijelaskan bahwa banyak responden yang memilih jawaban sangat paham (SP) berjumlah 66%, kemudian responden dengan pilihan jawaban paham (P) sejumlah 28%, responden dengan jawaban cukup paham (CP) sejumlah 6%, serta tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

2. Dari segi keamanan *e-money* lebih aman digunakan dari pada harus membawa uang tunai yang terlalu banyak dan rentan kejahatan

Untuk pernyataan nomor 2 (dua) diatas dijelaskan bahwa banyak responden yang memilih jawaban sangat paham (SP) dengan jumlah 60%, kemudian responden dengan pilihan jawaban paham (P) sejumlah 32%, responden dengan jawaban cukup paham (CP)

sejumlah 8%, serta tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

3. Transaksi menggunakan *e-money* dapat menghemat waktu

Untuk pernyataan nomor 3 (tiga) diatas dijelaskan bahwa banyak responden yang memilih jawaban sangat paham (SP) dengan jumlah 65%, kemudian responden dengan pilihan jawaban paham (P) sejumlah 27%, responden dengan jawaban cukup paham (CP) sejumlah 8%, serta tidak ada responden yang memilih jawaban tidak paham (TP) dan sangat tidak paham (STP).

4. Layanan *e-money* memberikan kemudahan saat bertransaksi

Untuk pernyataan nomor 4 (empat) pada tabel 4.8 diatas menjelaskan bahwa responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 70% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 25%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 4%, responden yang menjawab tidak paham (TP) sebesar 1%, dan tidak ada yang memilih menjawab sangat tidak paham (STP).

5. Penggunaan *e-money* dapat menghentikan kegiatan penerimaan uang kembalian dalam bentuk permen

Untuk pernyataan nomor 5 (lima) pada tabel 4.8 diatas menjelaskan bahwa responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 71% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 22%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 6%, responden yang menjawab tidak paham (TP) tidak ada, dan 1% menjawab sangat tidak paham (STP).

6. Layanan *E-money* menunjukkan kemajuan Teknologi Finansial Indonesia

Untuk pernyataan nomor 6 (enam) pada tabel 4.8 diatas menjelaskan bahwa responden banyak memilih untuk menjawab sangat paham (SP) dengan jumlah sebesar 73% kemudian responden yang menjawab paham (P) sebesar 19%, responden yang menjawab cukup paham (CP) 7%, responden yang menjawab tidak paham (TP) tidak ada, dan 1% menjawab sangat tidak paham (STP).

Berdasarkan hasil jawaban responden diatas maka akan dihitung presentase tingkat pemahaman Generasi Z pada indikator membandingkan yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Presentase Tingkat Pemahaman Generasi Z Indikator
Membandingkan

N o	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawban x Nilai skala = hasil	Rata-rata
1	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> dapat dilakukan pada <i>smartphone</i> tanpa perlu membawa uang tunai	STP	-	4,60 90%
		TP	-	
		CP	6 X 3 = 18	
		P	28 X 4 = 112	
		SP	66 X 5 =330	
		Total 460 : 100 460 : (5X100) X 100%		
2	Dari segi keamanan <i>e-money</i> lebih aman digunakan dari pada harus membawa uang tunai yang terlalu banyak dan rentan kejahatan.	STP	-	4,52 90,4%
		TP	-	
		CP	8 X 3 = 24	
		P	32 X 4 = 128	
		SP	60 X 5 =300	
		Total 452 : 100 425 : (5X100) X 100%		

Tabel 4.9 Lanjutan

N o	Pernyataan	Skala Jawaban	Frekuensi Jawaban x Nilai skala = hasil	Rata-rata
3	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> dapat menghemat waktu	STP	-	4,57 91,4%
		TP	-	
		CP	8 X 3 = 24	
		P	27 X 4 = 108	
		SP	65 X 5 = 325	
		Total 457 : 100 457 : (5X100) X 100%		
4	Layanan <i>e-money</i> memberikan kemudahan saat bertransaksi	STP	-	4,64 92,8%
		TP	1 X 2 = 2	
		CP	4 X 3 = 12	
		P	25 X 4 = 100	
		SP	70 X 5 = 350	
		Total 464 : 100 464 : (5X100) X 100%		
5	Penggunaan <i>e-money</i> dapat menghentikan kegiatan penerimaan uang kembalian dalam bentuk permen	STP	1 X 1 = 1	4,62 92,4%
		TP	-	
		CP	6 X 3 = 18	
		P	22 X 4 = 88	
		SP	71 X 5 = 355	
		Total 462 : 100 462 : (5X100) X 100%		
6	Layanan <i>E-money</i> menunjukkan kemajuan Teknologi Finansial Indonesia	STP	1 X 1 = 1	4,63 92,6%
		TP	-	
		CP	7 X 3 = 21	
		P	19 X 4 = 76	
		SP	73 X 5 = 365	
		Total 463 : 100 463 : (5X100) X 100%		
Total Keseluruhan		2.758		
Rata-rata (%) variabel		27,58 : 6 2.758 : (5X100) : 6 X 100%		4,59 91,93%

Sumber: Data Primer (diolah),2021

Berdasarkan hasil perhitungan presentase tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh dapat dilihat bahwa keseluruhan item pernyataan pengukuran pada indikator membandingkan memiliki nilai yang relatif sama yaitu berkisaran antara 90% hingga 92%.

Pernyataan dengan presentase terbesar terdapat pada item nomor 4 yaitu tentang bagaimana *e-money* memberikan kemudahan saat bertransaksi dan sebagian besar Generasi Z Kota Banda Aceh memilih jawaban sangat paham, sedangkan yang terendah terdapat pada item nomor 1 dengan jumlah presentase sebesar 90%, hal ini dikarenakan di beberapa tempat di Kota Banda Aceh masih belum menerapkan sistem pembayaran non-tunai sehingga uang tunai masih diperlukan untuk bertransaksi.

4.6 Pembahasan

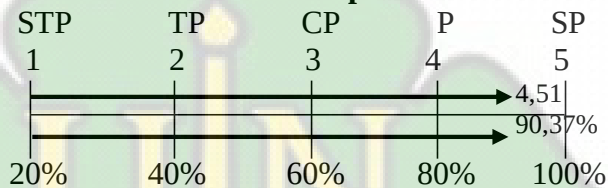
4.6.1 Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh Terhadap Penggunaan *E-Money* Indikator Interpretasi

Pada indikator interpretasi Generasi Z diuji dengan pernyataan-pernyataan umum mengenai *e-money* sebanyak 8 (delapan) butir pernyataan, berdasarkan pengujian tersebut maka diperoleh hasil rata-rata presentase jawaban sebesar 90,37% dari 100% nilai maksimal presentase tingkat pemahaman atau sebesar 4,51, hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z Kota Banda Aceh sangat paham dalam menginterpretasikan informasi umum yang menyangkut dengan *e-money*. Hal yang sama juga ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Erik Saputra (2019) walaupun pada substansi yang berberda hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan. Berdasarkan dari hasil penelitiannya menunjukkan tingkat pemahaman responden pada kategori

interpretasi menunjukkan hal yang sangat baik terhadap pembiayaan murabahah.

Tingkat pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan *e-money* dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4. 1
Skala Penilaian Tingkat Pemahaman Generasi Z
Indikator Interpretasi



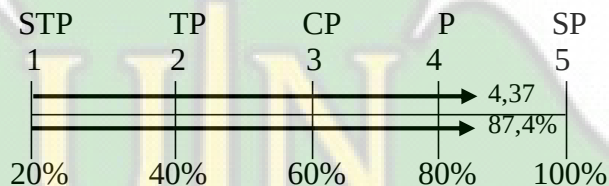
4.6.2 Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh Terhadap Penggunaan E-Money Indikator Memberikan Contoh

Pada indikator memberikan contoh Generasi Z diuji dengan pernyataan-pernyataan umum mengenai produk-produk dan contoh risiko yang ditimbulkan oleh *e-money* sebanyak 5 (lima) butir pernyataan, berdasarkan pengujian tersebut maka diperoleh hasil rata-rata presentase jawaban sebesar sebesar 87,4% dari 100% nilai maksimal presentase tingkat pemahaman atau 4,37 hal ini menandakan bahwa tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh pada indikator memberikan contoh termasuk sangat paham, meski nilai yang didapat pada indikator ini lebih rendah daripada dua indikator lainnya. Hal yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ary Muthia (2017) dimana nilai yang diperoleh pada penelitian ini beraada pada kategori paham dan hanya 22,9%

dari total 100% responden yang dinyatakan sangat paham. Walaupun menggunakan indikator yang sama akan tetapi penelitian ini memiliki subtransi yang berbeda.

Tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh indikator memberikan contoh dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4. 2
Skala Penilaian Tingkat Pemahaman Indikator
Memberikan Contoh



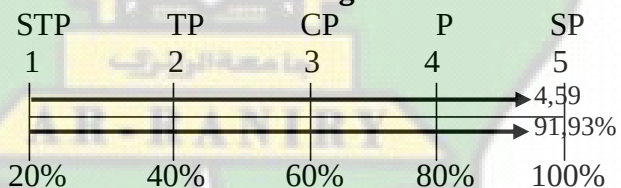
4.6.3 Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh Terhadap Penggunaan E-Money Indikator Membandingkan

Pada indikator membandingkan Generasi Z diuji dengan 6 (enam) pernyataan dalam kategori membandingkan dan menghasilkan rata-rata presentase jawaban sebesar 91,93% dari 100% nilai maksimal presentase tingkat pemahaman atau sebesar 4,59. Pada indikator ini memperoleh nilai terbanyak dari seluruh indikator pengukuran tingkat pemahaman, hal ini membuktikan bahwa Generasi Z sangat paham dalam membandingkan antara instrumen pembayaran *e-money* dengan instrumen pembayaran lainnya seperti uang kartal (uang kertas dan uang logam), APMK (kartu debit dan kartu kredit), cek, bilyet giro, dan sebagainya. Hal ini tentunya didukung oleh keunggulan yang dimiliki *e-money* yang

praktis dan efisien baik dari segi penggunaan dan kenyamanan saat bertransaksi sehingga sangat mudah bagi Generasi Z untuk membandingkan antara *e-money* dan instrumen lainnya. Hal yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal (2019) walaupun menggunakan indikator yang sama penelitian ini menggunakan subansi yang berbeda. pada penelitiannya menggunakan keseluruhan indikator pemahaman pada 13 orang responden 6 diantaranya dikategorikan tidak paham dan 3 orang responden dikategorikan kurang paham dan sebagian dari mereka beranggapan bahwa tidak ada bedanya antara bank konvensional dan bank syariah sehingga penelitian untuk indikator membandingkan dapat dinyatakan tidak paham.

Skala tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh pada indikator membandingkan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4. 3
Skala Penilaian Tingkat Pemahaman Indikator
Membandingkan



Berdasarkan hasil perhitungan keseluruhan dari 3 (tiga) indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman Generasi Z terhadap penggunaan *e-money* Kota Banda Aceh yang melibatkan 100 responden untuk mewakili populasi Generasi Z memperoleh nilai sebagai berikut: interpretasi (90,37%) SP (Sangat

Paham), memberikan contoh (87,4%) SP (Sangat Paham), dan membandingkan (91,93%) SP (Sangat Paham). Dari pengukuran ketiga indikator tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh terhadap penggunaan e-money masuk kedalam kategorikan sangat paham. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ngalim Purwanto (2012) pemahaman adalah tingkat kemampuan yang mengharapakan seseorang memahami arti dan konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Dalam hal ini seseorang tidak hanya hafal secara verbalitas tetapi memahami konsep dari masalah atau fakta yang ditanyakan maka operasionalnya dapat membedakan, mengubah, mempersiapkan, menyajikan, mengatur, mengintrepertasikan, menjelaskan, mendemonstrasikan, memberi contoh, memperkirakan, menentukan, dan mengambil keputusan.

Dari hasil penelitian ini terindikasi bahwa perlu adanya peningkatan edukasi terhadap contoh-contoh risiko yang akan timbul jika terjadi kelalaian dalam menjaga kerahasiaan PIN dan password dari e-money serta perlu adanya peningkatan sosialisasi mengenai produk-produk e-money berbasis chip yang di terbitkan oleh perbankan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang tertera pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh dalam menginterpretasikan informasi-informasi umum yang terkait dengan *e-money* menunjukkan hasil yang sangat baik/sangat paham dengan perolehan nilai jawaban rata-rata sebesar 4,51 atau 90,37%, nilai ini diperoleh berdasarkan hasil serangkaian analisis sistematis yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya.
2. Tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh dalam memberikan contoh seperti penggunaan produk *e-money*, risiko yang ditimbulkan, serta contoh-contoh produk *e-money* yang beredar dikalangan masyarakat menunjukkan hasil yang sangat baik/sangat paham dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 4,37 atau 87,4%, nilai ini diperoleh berdasarkan hasil serangkaian analisis sistematis yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya.
3. Tingkat pemahaman Generasi Z Kota Banda Aceh dalam membandingkan *e-money* dengan instrumen pembayaran lainnya baik dari segi keamanan, kemudahan, dan kecanggihan diantara keduanya menunjukkan hasil yang

sangat baik/sangat paham dengan perolehan nilai rata-rata sebesar 4,59 atau 91,93%, nilai ini diperoleh berdasarkan hasil serangkaian analisis sistematis yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini tentu masih banyak ditemukan kekurangan, baik keterbatasan data, keterbatasan waktu, dan keterbatasan penulisan dari peneliti. Untuk memperoleh hasil yang lebih mendalam maka peneliti menyarankan beberapa hal berikut:

1. Bagi Bank Indonesia selaku penerbit Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) agar dapat lebih kiat dalam mengedukasi masyarakat untuk beralih ke transaksi non tunai, dan perlu adanya edukasi lebih bagi para pedagang-pedagang mengenai fasilitas pembayaran non tunai.
2. Bagi Generasi Z Kota Banda Aceh diharapkan untuk dapat mempertahankan pemahaman terhadap penggunaan *e-money*. Selain itu, generasi Kota Banda Aceh juga diharapkan untuk dapat beralih menggunakan *e-money* saat melakukan transaksi pembayaran hal tersebut juga dapat mendukung terwujudnya *less cash society*.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat memperluas ranah penelitian baik dari cakupan objek ataupun subjek

penelitian, serta menambah variabel lainnya untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan.



Daftar Pustaka

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2021). *Definisi/Arti kata*. Retrieved from Kbbi.web.id: <https://kbbi.web.id>
- Bakhtiar, A. (2012). *Filsafat Ilmu Edisi Revisi*. Jakarta: Raja Grfindo Persada.
- Budiati, I., Susianto, D., Adi, D. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., . . . Sapuri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Bungin, B. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- catriana, e. (2020, february). *Studi: 68 Persen Pengguna Dompot Digital adalah Milenial*. Retrieved from [kompas.com: https://money.kompas.com/read/2020/02/12/131300826/studi--68-persen-pengguna-dompot-digital-adalah-milenial](https://money.kompas.com/read/2020/02/12/131300826/studi--68-persen-pengguna-dompot-digital-adalah-milenial)
- Cristiani, L. C., & Iksari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media Volume 4*, 92-93.
- Depatemen Komunikasi Bank Indonesia. (2020, Desember 1). *Apa Itu Uang Elektronik*. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Fadhillah, F. F. (2018, Maret 29). *Sudah Saatnya Beralih ke E-money, Alat Pembayaran Zaman Now*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alat-pembayaran-zaman-now/>
- Faradel, F. (2019, Februari 19). *Kekurangan Penggunaan E-Money di Indonesia*. Retrieved from [tirto.id: https://tirto.id/kekurangan-penggunaan-e-money-di-Indonesia-dhls](https://tirto.id/kekurangan-penggunaan-e-money-di-Indonesia-dhls)
- Farida Rormah, S. (2017). *Perkembangan Uang Elektronik di Indonesia*. 2.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan , I., & Palupi, A. R. (2012). TAKSONOMI BLOOM-REVISI RANAH KOGNITIF: KERANGKA LANDASAN UNTUK PEMBELAJARAN, PENGAJARAN, DAN PENILAIAN. *e-journal.unipma.ac.id*, 113.
- Hadion Wijoyo, S., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *GENERASI Z & REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. Jawa Tengah: CV. PENA PERSADA.
- Hartono. (2016). *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Husaini, D. (2017). *Filsafat Ilmu; Perspektif Barat dan Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Hussaini, A. (2013). *Filsafat Ilmu Perspektif Barat dan Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Indonesia, B. (2020). *bi.go.id*. Retrieved from sistem pembayaran & pengelolaan rupiah: <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Indonesia, K. K. (2016, Desember). *Mengenal Generasi Milenial*. Retrieved from [kominfo.go.id: https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media)
- Irwanto, S. (2015). Analisis Minimnya Tingkat Pemahaman Masyarakat kampung Welirang Terhadap Produk-Produk Perbankan Syariah dalam Meningkatkan Pendapatan Bank Syariah. *UIN Sunan Ampel*, 28.
- Junida, A. I. (2021, Januari Kamis). *Antara News*. Retrieved from BPS: Penduduk Indonesia didominasi Generasi Z dan milenial: <https://www.google.co.id/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/1960808/bps-penduduk-Indonesia-didominasi-gerasi-z-dan-milenial>
- Masturoh, I., & Anggita T, N. (2018). *Metodelogi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.
- Mellissa, V. (2019, April 18). *Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik*. Retrieved from Futuready:

- <https://www.futuready.com/artikel/all-about-money/uang-elektronik/>
- Petter, P. J., & Olson, J. (1996). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Terjemahan Damos Sihombing)*. Jakarta: Erlangga.
- Rachmawati, D. (2019). Welcoming Gen Z in Job World (Selamat Datang Generasi Z di Dunia Kerja). *Proceeding Indonesia Career Cebter Network Summit VI*, 23.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Teknologi Pendidikan Vol 6*, 62-64.
- Reza, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Sukses Sistem E-Payment. *LPPI AQLI Jurnal Riset Sains Manajemen*, 32.
- Situmorang. (2010). *Data Penelitian ; Menggunakan Program SPSS*. Medan: USU Press.
- Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitataif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Syarifah, L. L. (2017). Analisis kemampuan Pemahaman Matematis Pada Mata Kuliah Pembelajaran matematika SMA II. *JPPM Vol 10 No. 2*, 63-64.
- Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik. *YURIDIKA*, 138-140.
- Wijoyo, H., Indawan, D., Cahyono, D., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunakasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 70.

LAMPIRAN 1 : ANGKET PENELITIAN

Assalamua'alaikum Wr.Wb .

Dengann hormat,

saudara/i yang saya hormati sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi, yang berjudul “Analisis Tingkat Pemahaman Generasi Z Terhadap Penggunaan E-Money di Banda Aceh” saya:

Nama : Syarifah Najah

NIM : 170603006

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Instansi : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry banda Aceh

Bermaksud untuk meminta kesediaan saudara/i untuk membantu saya mengisi angket ini, bantuan saudara/I sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian pada skripsi ini. Saya menjamin kerahasiaan setiap jawaban yang saudara/I berikan, dan hasil jawaban yang diberikan akan digunakan untuk penelitian. atas kesediaan saudara/I saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat Saya

Syarifah Najah

ANGKET PENELITIAN

Berikanlah tanda checklist pada kolom Bapak/Ibu/Sdr/i pilih sesuai keadaan yang sebenarnya.

Data Diri Responden

- 1) Jenis Kelamin
 - ☐ Laki-Laki
 - ☐ Perempuan
- 2) Usia
 - ☐ <17 tahun
 - ☐ 18 – 22 tahun
 - ☐ 23 – 26 tahun
- 3) Tingkat Pendidikan
 - ☐ SMP/Mts
 - ☐ SMA/MA
 - ☐ S1
 - ☐ S2
- 4) Pekerjaan
 - ☐ Mahasiswa
 - ☐ PNS
 - ☐ Wiraswasta
 - ☐ Lainnya
- 5) Pendapatan
 - ☐ 0 – 1.000.000
 - ☐ 1.000.000 – 3.000.000
 - ☐ > 3.000.000
- 6) Domisili
 - ☐ Meuraksa
 - ☐ Kuta Raja
 - ☐ Kuta Alam

- Jaya Baru
- Ingin Jaya
- Lueng Bata
- Baiturrahman
- Syiah Kuala
- Ulee Kareng

Petunjuk Pengisian

Berikanlah tanda checklist pada kolom Bapak/Ibu/Sdr/i pilih sesuai keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

- 5 : Sangat Paham (SP)
- 4 : Paham (P)
- 3 : Kurang Paham (KP)
- 2 : Tidak Paham (TP)
- 1 : Sangat Tidak Paham (STP)

1. Interpretasi (X1)

No	Item Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
1	E-money merupakan layanan transaksi keuangan berbasis digital yang diawasi oleh OJK					
2	Pengisian Ulang (top up) e-money dapat dilakukan dimana saja seperti di mini market, ATM, dan Mobil Banking					
3	Penggunaan e-money sangat mudah dimengerti					
4	Saya mampu menjelaskan kepada orang lain untuk memperoleh layanan digital e-money orang tersebut hanya perlu mendownloadnya di Google Playstore atau App Store					
5	Transaksi menggunakan e-money hanya dapat dilakukan apabila terhubung dengan jaringan internet					
6	Pembayaran menggunakan aplikasi e-money dapat dilakukan dengan scan kode QR yang tersedia di gerai tempat transaksi sesuai dengan aplikasi yang dibutuhkan					
7	E-money merupakan suatu layanan transaksi keuangan berbasis digital yang diterbitkan oleh					

No	Item Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
	perusahaan finansial atau perbankan untuk memudahkan transaksi pembayaran bagi para penggunanya.					
8	Saya Dapat Menyimpan Sejumlah Uang dalam e-money					

2. Memberikan Contoh (X2)

No	Item Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
1	Go-Pay, OVO, Shopeepay, dan Dana merupakan produk e-money berbasis server					
2	Brizzi, Flazz, E-Money, dan Tapcash merupakan produk e-money berbasis chip yang diterbitkan oleh pihak perbankan					
3	Saya dapat memberikan contoh cara bertransaksi dengan menggunakan e-money kepada orang lain					
4	Saya dapat memberikan contoh kegunaan aplikasi e-money antara lain pembayaran tagihan listrik, internet, telepon dan lain-lain					
5	Saya dapat memberikan contoh dari segi risiko bahwa aplikasi e-money bisa saja digunakan oleh orang lain akibat kelalaian					

No	Item Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
	dalam menjaga Password dan PIN					

3. Membandingkan (X3)

No	Item Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
1	Transaksi menggunakan e-money dapat dilakukan pada smartphone tanpa perlu membawa uang tunai					
2	Dari segi keamanan e-money lebih aman digunakan dari pada harus membawa uang tunai yang terlalu banyak dan rentan kejahatan					
3	Transaksi menggunakan e-money dapat menghemat waktu					
4	Layanan e-money memberikan kemudahan saat bertransaksi					
5	Penggunaan e-money dapat menghentikan kegiatan penerimaan uang kembalian dalam bentuk permen					
6	Layanan E-money menunjukkan kemajuan Teknologi Finansial Indonesia					

LAMPIRAN 2 : JAWABAN RESPONDEN

No	Interpretasi							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	4	4	4	4	4	5	5	5
2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5	5
6	5	5	4	5	5	5	5	5
7	5	5	5	4	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5
12	3	5	4	4	4	4	4	4
13	4	5	4	3	5	3	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	4	4	3	4	3	4	4
17	4	4	4	4	5	4	5	4
18	3	5	4	5	5	5	5	5
19	4	5	5	4	4	3	3	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	5	5	4	5	5	5	5
22	5	5	4	3	5	5	5	3
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	3	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	5	5	5
26	3	5	5	5	3	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5
28	2	3	4	5	5	4	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	4	4	4	5	4	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	4
32	5	5	4	5	5	4	4	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5

34	4	5	5	5	5	4	4	4
35	2	4	3	4	5	4	4	4
36	5	4	4	4	3	3	4	3
37	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	3	5	4	5	5	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	4	4	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	5	3	4	4	3	3	3
47	4	4	3	4	3	5	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5
51	3	4	4	4	5	5	4	4
52	4	4	4	3	4	4	4	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	5	4	3	5	4	4	3
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4
59	3	3	4	4	4	4	5	4
60	5	5	5	5	5	4	5	5
61	5	5	4	4	5	4	5	5
62	5	5	5	5	5	4	4	3
63	4	4	5	5	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	5	3	3	3
66	2	4	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	3	5	4	4	4
68	4	5	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	4	5	5	5	3

70	4	4	4	4	4	5	5	5
71	4	4	4	5	5	4	4	4
72	4	4	4	4	5	3	4	4
73	5	4	5	5	5	4	4	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5
75	1	5	1	2	5	5	5	5
76	5	5	5	4	4	4	4	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	4	5	5	4	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	4	5	5	5
82	4	4	4	4	5	4	4	4
83	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	4	5	5	5	4	5
86	5	5	4	5	5	4	4	4
87	5	5	4	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	4	5	5
89	5	5	4	4	5	5	4	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5
94	4	5	5	5	5	5	5	5
95	4	4	5	5	4	5	5	4
96	5	5	5	5	5	5	5	5
97	4	4	4	5	4	5	3	3
98	4	5	4	5	4	4	4	4
99	4	4	4	3	4	4	3	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5

No	Memberikan Contoh					Membandingkan					
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
6	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	1
7	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
12	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	5
13	2	2	3	4	4	5	5	5	4	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	3	4	2	3	4	5	5	4	5
17	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4
18	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
19	2	2	4	3	4	5	4	4	4	4	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
23	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5
25	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
28	5	1	3	3	4	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
30	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
31	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5
32	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5
33	5	5	5	5	5	3	5	5	5	1	5
34	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5

35	4	4	2	2	4	4	4	3	4	5	4
36	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	3	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
47	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	5
48	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3
49	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
51	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
52	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	3	3	5	5	5	4	3	3	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
62	5	5	4	4	3	4	4	3	5	3	3
63	3	3	4	3	3	5	4	5	5	5	5
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3
66	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5
67	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	3
68	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
69	5	4	4	5	5	4	3	4	5	3	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

71	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	1	1	3	5	3	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
77	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5
78	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	1	5	3	5	4	4	5
87	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
88	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5
89	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5
98	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
99	3	3	3	4	5	4	4	4	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

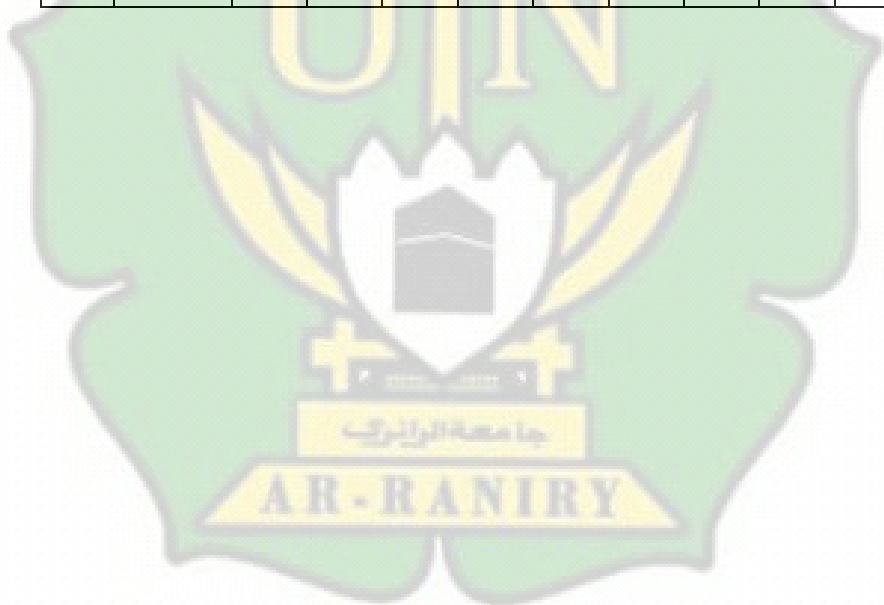
LAMPIRAN 3 : UJI VALIDITAS

		X1 P1	X1 P2	X1 P3	X1 P4	X1 P5	X1 P6	X1 P7	X1 P8	X
X1 P1	Pearson Correlat ion	1	.63 2**	.66 2**	.54 6**	.41 5**	.60 8**	.50 3**	.49 0**	.73 8**
	Sig. (2- tailed)		0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1 P2	Pearson Correlat ion	.63 2**	1	.74 7**	.64 7**	.61 7**	.62 9**	.65 6**	.59 8**	.83 5**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00		0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1 P3	Pearson Correlat ion	.66 2**	.74 7**	1	.67 8**	.57 6**	.67 4**	.67 3**	.65 0**	.86 2**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00		0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1 P4	Pearson Correlat ion	.54 6**	.64 7**	.67 8**	1	.64 5**	.65 3**	.68 0**	.59 4**	.83 8**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00		0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1 P5	Pearson Correlat ion	.41 5**	.61 7**	.57 6**	.64 5**	1	.58 8**	.76 6**	.49 9**	.77 8**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00		0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1 P6	Pearson Correlat ion	.60 8**	.62 9**	.67 4**	.65 3**	.58 8**	1	.70 3**	.72 3**	.85 1**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00		0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1 P7	Pearson Correlat ion	.50 3**	.65 6**	.67 3**	.68 0**	.76 6**	.70 3**	1	.70 1**	.86 2**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00		0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1 P8	Pearson Correlat ion	.49 0**	.59 8**	.65 0**	.59 4**	.49 9**	.72 3**	.70 1**	1	.80 1**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00		0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlat ion	.73 8**	.83 5**	.86 2**	.83 8**	.77 8**	.85 1**	.86 2**	.80 1**	1
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2 P1	Pearson Correlat ion	.51 6**	.54 4**	.53 0**	.59 3**	.56 9**	.70 9**	.77 2**	.68 8**	.74 9**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2 P2	Pearson Correlat ion	.50 6**	.48 4**	.45 1**	.44 2**	.55 3**	.52 1**	.65 3**	.48 5**	.62 0**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2 P3	Pearson Correlat ion	.54 5**	.58 5**	.68 8**	.59 9**	.46 1**	.54 4**	.70 9**	.68 3**	.73 2**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2 P4	Pearson Correlat ion	.57 8**	.53 8**	.63 9**	.51 0**	.40 0**	.68 5**	.58 7**	.70 0**	.70 6**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2 P5	Pearson Correlat ion	.53 7**	.63 4**	.63 4**	.50 7**	.52 8**	.64 3**	.67 2**	.66 7**	.73 1**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
XX	Pearson Correlat ion	.64 2**	.66 6**	.70 3**	.63 4**	.60 2**	.73 9**	.81 3**	.76 9**	.84 6**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3 P1	Pearson Correlat ion	.48 2**	.55 9**	.56 6**	.41 0**	.53 2**	.56 1**	.61 6**	.53 0**	.64 4**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3 P2	Pearson Correlat ion	.45 3**	.51 3**	.61 6**	.54 9**	.60 9**	.58 4**	.66 1**	.58 3**	.69 6**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3 P3	Pearson Correlat ion	.44 4**	.50 2**	.57 1**	.49 7**	.46 1**	.45 5**	.62 1**	.57 1**	.62 6**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3 P4	Pearson Correlat ion	.45 2**	.56 3**	.62 1**	.57 5**	.61 2**	.68 3**	.67 9**	.62 3**	.73 2**
	Sig. (2- tailed)	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00	0.0 00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3 P5	Pearson Correlat ion	.38 9**	.53 8**	.50 8**	.39 0**	.50 0**	.51 7**	.60 6**	.56 6**	.60 7**

	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3 P6	Pearson Correlation	.322**	.390**	.476**	.343**	.407**	.491**	.503**	.523**	.525**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
XX X	Pearson Correlation	.517**	.624**	.682**	.561**	.635**	.670**	.749**	.690**	.779**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

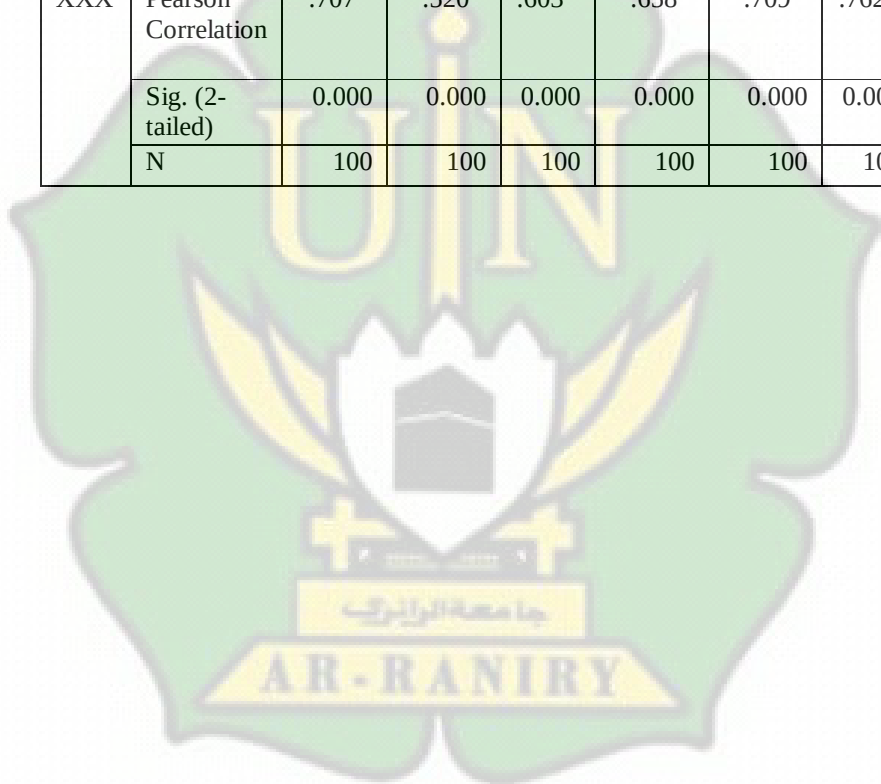


		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	XX
X1P1	Pearson Correlation	.516**	.506**	.545**	.578**	.537**	.642**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	.544**	.484**	.585**	.538**	.634**	.666**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	.530**	.451**	.688**	.639**	.634**	.703**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	.593**	.442**	.599**	.510**	.507**	.634**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	.569**	.553**	.461**	.400**	.528**	.602**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	.709**	.521**	.544**	.685**	.643**	.739**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100

X1P7	Pearson Correlation	.772**	.653**	.709**	.587**	.672**	.813**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1P8	Pearson Correlation	.688**	.485**	.683**	.700**	.667**	.769**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlation	.749**	.620**	.732**	.706**	.731**	.846**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P1	Pearson Correlation	1	.629**	.595**	.617**	.686**	.841**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	.629**	1	.576**	.568**	.525**	.797**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P3	Pearson Correlation	.595**	.576**	1	.787**	.635**	.863**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2P4	Pearson Correlation	.617**	.568**	.787**	1	.601**	.855**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000

	N	100	100	100	100	100	100
X2P5	Pearson Correlation	.686**	.525**	.635**	.601**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100
XX	Pearson Correlation	.841**	.797**	.863**	.855**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100
X3P1	Pearson Correlation	.639**	.446**	.509**	.516**	.756**	.682**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3P2	Pearson Correlation	.573**	.505**	.511**	.607**	.539**	.653**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3P3	Pearson Correlation	.521**	.423**	.595**	.518**	.501**	.612**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3P4	Pearson Correlation	.675**	.470**	.553**	.649**	.583**	.699**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3P5	Pearson Correlation	.556**	.413**	.454**	.481**	.586**	.593**

	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3P6	Pearson Correlation	.509**	.301**	.346**	.464**	.517**	.508**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100
XXX	Pearson Correlation	.707**	.520**	.603**	.658**	.709**	.762**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100

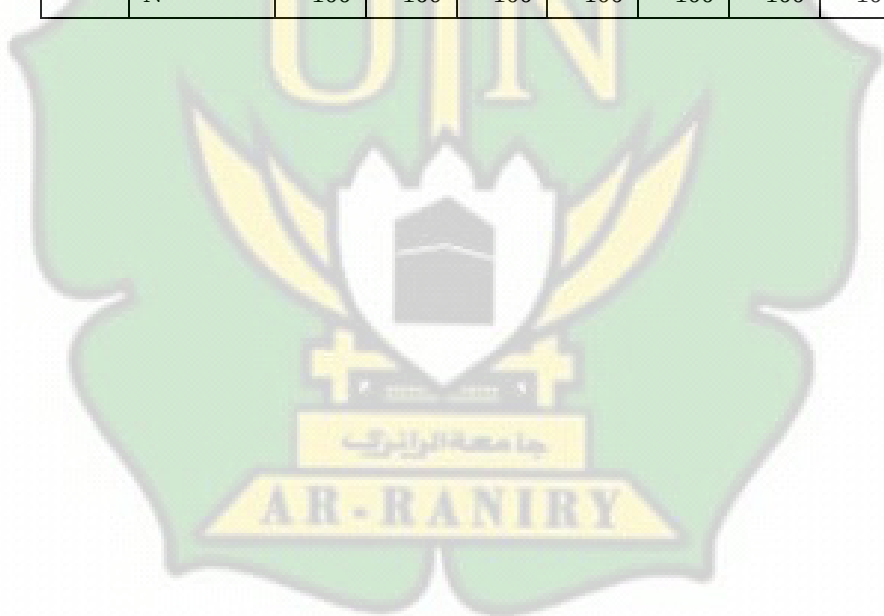


		X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	XXX
X1P1	Pearson Correlation	.482*	.453*	.444*	.452*	.389*	.322*	.517*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	.559*	.513*	.502*	.563*	.538*	.390*	.624*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	.566*	.616*	.571*	.621*	.508*	.476*	.682*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	.410*	.549*	.497*	.575*	.390*	.343*	.561*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	.532*	.609*	.461*	.612*	.500*	.407*	.635*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	.561*	.584*	.455*	.683*	.517*	.491*	.670*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100

X1P 7	Pearson Correlatio n	.616 [*]	.661 [*]	.621 [*]	.679 [*]	.606 [*]	.503 [*]	.749 [*]
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1P 8	Pearson Correlatio n	.530 [*]	.583 [*]	.571 [*]	.623 [*]	.566 [*]	.523 [*]	.690 [*]
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X	Pearson Correlatio n	.644 [*]	.696 [*]	.626 [*]	.732 [*]	.607 [*]	.525 [*]	.779 [*]
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2P 1	Pearson Correlatio n	.639 [*]	.573 [*]	.521 [*]	.675 [*]	.556 [*]	.509 [*]	.707 [*]
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2P 2	Pearson Correlatio n	.446 [*]	.505 [*]	.423 [*]	.470 [*]	.413 [*]	.301 [*]	.520 [*]
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2P 3	Pearson Correlatio n	.509 [*]	.511 [*]	.595 [*]	.553 [*]	.454 [*]	.346 [*]	.603 [*]
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2P 4	Pearson Correlatio n	.516 [*]	.607 [*]	.518 [*]	.649 [*]	.481 [*]	.464 [*]	.658 [*]
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

	N	100	100	100	100	100	100	100
X2P 5	Pearson Correlatio n	.756* *	.539* *	.501* *	.583* *	.586* *	.517* *	.709* *
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
XX	Pearson Correlatio n	.682* *	.653* *	.612* *	.699* *	.593* *	.508* *	.762* *
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3P 1	Pearson Correlatio n	1	.614* *	.546* *	.655* *	.716* *	.590* *	.841* *
	Sig. (2- tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3P 2	Pearson Correlatio n	.614* *	1	.620* *	.814* *	.566* *	.628* *	.861* *
	Sig. (2- tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3P 3	Pearson Correlatio n	.546* *	.620* *	1	.625* *	.475* *	.594* *	.781* *
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3P 4	Pearson Correlatio n	.655* *	.814* *	.625* *	1	.595* *	.671* *	.886* *
	Sig. (2- tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3P 5	Pearson Correlatio n	.716* *	.566* *	.475* *	.595* *	1	.392* *	.767* *

	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3P6	Pearson Correlation	.590*	.628*	.594*	.671*	.392*	1	.784*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
XXX	Pearson Correlation	.841*	.861*	.781*	.886*	.767*	.784*	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100



LAMPIRAN 4 : UJI RELIABILITAS

1. Uji Reliabilitas Indikator Interpretasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.929	8

2. Uji Reliabilitas Indikator Memberikan Contoh

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.891	5

3. Uji Reliabilitas Indikator Membandingkan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.902	6

LAMPIRAN 5 : STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1P1	100	2	5	4.05	0.914
X1P2	100	2	5	4.35	0.809
X1P3	100	1	5	4.07	0.946
X1P4	100	1	5	3.95	1.077
X1P5	100	1	5	4.26	0.949
X1P6	100	1	5	4.18	0.947
X1P7	100	2	5	4.24	0.830
X1P8	100	1	5	4.12	0.956
X2P1	100	2	5	4.13	0.928
X2P2	100	1	5	3.84	1.022
X2P3	100	1	5	3.95	0.999
X2P4	100	2	5	3.99	0.937
X2P5	100	1	5	4.10	0.916
X3P1	100	2	5	4.30	0.905
X3P2	100	2	5	4.23	0.874
X3P3	100	2	5	4.30	0.859
X3P4	100	2	5	4.24	0.900
X3P5	100	1	5	4.29	0.924
X3P6	100	1	5	4.34	0.867
Valid N (listwise)	100	28	95	78.93	17.560

1. INDIKATOR INTERPRETASI

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1P1	100	2	5	4.05	0.914
X1P2	100	2	5	4.35	0.809
X1P3	100	1	5	4.07	0.946
X1P4	100	1	5	3.95	1.077
X1P5	100	1	5	4.26	0.949
X1P6	100	1	5	4.18	0.947
X1P7	100	2	5	4.24	0.830
X1P8	100	1	5	4.12	0.956
X	100	16	40	33.22	6.093

2. INDIKATOR MEMBERIKAN CONTOH

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2P1	100	2	5	4.13	0.928
X2P2	100	1	5	3.84	1.022
X2P3	100	1	5	3.95	0.999
X2P4	100	2	5	3.99	0.937
X2P5	100	1	5	4.10	0.916
XX	100	10	25	20.01	4.009

3. INDIKATOR MEMBANDINGKAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3P1	100	2	5	4.30	0.905
X3P2	100	2	5	4.23	0.874
X3P3	100	2	5	4.30	0.859

X3P4	100	2	5	4.24	0.900
X3P5	100	1	5	4.29	0.924
X3P6	100	1	5	4.34	0.867
XXX	100	13	30	25.70	4.370

