

## **Pengaruh Manfaat, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *Livin By Mandiri***

**Ramadhan Nabil Pradana**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta 11510

**Abdurrahman**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta 11510

Korespondensi email: [abdurrahman@esaunggul.ac.id](mailto:abdurrahman@esaunggul.ac.id)

### **ABSTRAK**

Manfaat, gaya hidup dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang dominan dalam proses pencapaian tujuan perusahaan dalam menggunakan aplikasi *Livin by Mandiri*. Berbagai upaya dalam peningkatan isi dalam aplikasi diharapkan dapat membuat aplikasi *Livin by Mandiri* mampu memberikan ketertarikan pengguna dalam menggunakan aplikasi ini. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel secara nonprobabilitas dengan cara purposive sampling. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manfaat, gaya hidup dan kepercayaan dalam keputusan penggunaan aplikasi *Livin by Mandiri*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 130 responden pengguna aplikasi *Livin by Mandiri*. Metode analisis yang dipergunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, oleh karena itu diperlukan adanya alat ukur untuk mengukur validitas dan reliabilitas. Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Dikatakan regersi linier berganda. Adapun Analisis deskriptif statistik ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Manfaat, gaya hidup, kepercayaan dan keputusan penggunaan.

### **ABSTRACT**

*Benefits, lifestyle and beliefs have a dominant influence in the process of achieving company goals in using the *Livin by Mandiri* application. Various efforts to improve the content in the application are expected to make the *Livin by Mandiri* application able to increase user interest in using this application. This study aims to analyze the effect of benefits, lifestyle and beliefs on the decision to use the *Livin by Mandiri* application. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 130 respondents using the *Livin by Mandiri* application. The analytical method used in this study is multiple linear regression using the SPSS program. This study aims to analyze the effect of benefits, lifestyle and beliefs on the decision to use the *Livin by Mandiri* application. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 130 respondents using the *Livin by Mandiri* application. The results of the study show that benefits influence the decision to use, lifestyle influences the decision to use and trust influences the decision to use the *Livin by Mandiri* application. This study aims to analyze the effect of benefits, lifestyle and beliefs on the decision to use the *Livin by Mandiri* application.*

**Keywords:** *Benefits, Lifestyle, Beliefs and Usage Decision*

## PENDAHULUAN

Pada beberapa tahun lalu, adapula internet hanya bisa dipergunakan untuk menemukan beberapa informasi dengan media daring. Kemudian, detik ini pengembangan pada pengaplikasian internet tidak bisa lagi terbendung. Salah satunya di Indonesia yang sedang menjalani pesatnya pengaplikasian internet pada metode pembayaran. Yang sebelumnya pengaplikasian uang semetoda langsung (*Cashless*), sekarang cenderung memakai kartu ATM, cek atau kartu kredit, di bandingkan dengan uang langsung. Sehingga hal ini membuat budaya *cashless society* semakin banyak dipergunakan, terutama pada bentuk uang elektronik (*E-money*). (Novitasari & Supriyanto, 2020)

Pada saat uang elektronik sudah dikenal dengan berbasis *chip* di warga, Oleh karena itu banyak korporasi salah satunya *start-up* atau perbankan membuat bisnis *fintech*, Sehingga muncul sebuah *product* yang dinamakan *E-wallet*. Adapula *E-wallet* juga termasuk pada indikator uang elektronik. Penjelasannya, dia tidak membutuhkan media kartu, akan tetapi pengaplikasian *smartphone* yang di bawa oleh warga. Sehingga, *E-wallet* bisa dipergunakan pada berbagai jenis transaksi. (Widiyanti, 2020)

Korporasi Bank Mandiri menjelaskan bahwasanya Livin by Mandiri yakni pemutaakhiran dari aplikasi sebelumnya yaitu Mandiri Online. Alasannya agar meninggikan kenyagimanan dan kegampangan para nasabah pada memasuki layanan perbankan zaman sekarang. Oleh karena itu, Livin by Mandiri akan menjadi sebuah *product* aplikasi yang unggul di gimana akan memanfaatkan berbagai jenis teknologi untuk membuat versi yang lebih modern dan unik pada mengakses layanan keuangan tersebut.

Di lansir dari situs resmi bank Mandiri, aplikasi Livin by Mandiri memungkinkan pengaplikasian pada menjalankan *instant access* pada menu yang favorit yaitu tanpa menekan *login*. Kemudian, para nasabah juga langsung melirik saldo tanpa *login* terlebih dahulu. Adapula pengguna juga bisa menghubungkan *e-wallet* yang faavorit pada satu aplikasi Livin by Mandiri saja. (Anisa Kurniasari Kaumi, 2022)

Kondisi pandemi Covid-19 semakin mendorong warga untuk tidak pengaplikasian uang tunai dan beralih pengaplikasian uang elektronik, karena warga tidak bisa berkegiatan seperti biasa dan kegiatan tatap muka semetoda langsung wajib di hindari, sehingga pengaplikasian uang elektronik semakin diperlukan, warga pada kegiatan transaksi harian mereka.

Bersandarkan review negatif pengguna aplikasi Livin by Mandiri ini, banyak keluhan berkenaan aplikasi ini yang bisa dipandang melalui *playstore*. Kita bisa mengetahui pesan positif dan negatifnya semetoda langsung melalui ulasan atau rating. Adapula beberapa keluhannya diantaranya ialah aplikasi yang sering *error* ketika dipergunakan, sehingga menyebabkan laman

fitur layanan menjadi lama dan membuat para nasabah ragu dan khawatir pada memakai aplikasi ini. Selain itu, adanya kasus seperti yang telah melakukan *top-up* saldo namun tidak masuk ke seseorang lain dan juga saldo pengirim juga berkurang. Atas hal tersebut, menyebabkan nasabah menjadi khawatir bahkan bisa tidak meyakini lagi pada aplikasi ini.

Pembayaran non-tunai mempunyai banyak kelemahan. Seseorang manusia yang akan cenderung mempunyai gaya hidup konsumtif, karena hanya dengan membuka ponsel, membuka aplikasi pembayaran, maka transaksi bisasegera diselesaikan. Sementara itu para penjual melalui *e-commerce* juga selalu berupaya meraih konsumennya dengan menawarkan banyak promo yang menarik, sehingga bagi penggunaan yang mempunyai gaya hidup konsumtif akan cenderung menjalani pengeluaran yang tidak dianggarkan sebelumnya. Di sisi lain, bagi pengguna uang elektronik yang cerdas akan memanfaatkan promo yang ada untuk berhemat. (Novitasari & Supriyanto, 2020)

Ada beberapa studi berkenaan faktor yang telah berefek pada faktor *decision* pengaplikasian dan sudah dilakukan di beberapa daerah di Indonesia.. Genady (2018) pada studinya menemukan bahwasanya variabel kegampangn, *kebermanfaatan*, dan pemasaran berefek signifikan kepada *decision* pengaplikasian uang elektronik baik semetoda parsial maupun simultan. Sari (2018) Ditemukan pada studinya bahwasanya pada variabel gaya hidup mempunyai pengaruh pada *decision* pengaplikasian kartu kredit.

## **LANDASAN TEORI**

TAM telah diperbaharui dari *theory of reasined action* dan juga menjelaskan dasar pada menemukan bagaimana jika pengaruh variabel eksternal pada *kehendak*, sikap bahkan *trust* bisapengaplikasian teknologi baru (Syahril & Rikumahu, 2019). Model ini telah dipergunakan pada memprediksi penerimaan informasi teknologi yang baru dan sudah mempunyai bukti yang valid pada menceritakan sikap penerimaan di berbagai departemen di Indonesia khususnya pada bidang *system* informasi.

Menurut Adams et al (2012) memaknai fungsi (*usefulness*) Yakni salahsatu level dengan gimana seseorang manusia meyakini bahwasanya pengaplikasian salah satu *subject* tertentu akan bisa meninggikan prestsasi kerja seseorang tersebut. Bersandarkan makna tersebut bisa dimaknai bahwasanya fungsi dari pemakaian teknologi informasi bisa meninggikan kinerja, prestasi kerja seseorang yang meggunakannya. Pengukuran fungsi tersebut bersandarkan frekuensi pengaplikasian dan keragaman aplikasi yang dijalankan. Chin & Todd (1995) menawarkan beberapa dimensi berkenaan fungsi teknologi informasi. Menurut

Chin & Todd (1995) fungsi bisa terbagi kepada dua indikator, yaitu fungsi dengan estimasi satu faktor dan fungsi dengan estimasi dua faktor (fungsi dan efektivitas).

Menurut (Habibi, 2014), gaya hidup semetoda meluas yakni metoda hidup yang dimaknai oleh bagaigimana seseorang menyisihkan waktu mereka (kegiatan) apa yang mereka fikir hal utama pada ruang lingkupnya (ketertarikan) apa dan apa yang mereka fikirkan berkenaan diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat). Gaya hidup salahsatu warga akan berbeda dengan warga lainnya, bahkan dari zaman ke zaman gaya hidup salahsatu individu dan sekelompok warga. Menurut (Habibi, 2014), memaknai gaya hidup atau *Lifestyle* ialah pola kehidupan seseseorang manusia untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita wajib mengukur dimensi utama konsumen kegiatan (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga dan kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga dan rekreasi), pendapat (berkenaan diri mereka sendiri, zamanlah-zamanlah social, bisnis dan *product*).

Keyakinan *customer* kepada salah satu *product* atau jasa seringkali muncul diakibatkan *customer* memperkirakan kualitas *product* dengan apa yang mereka pandang, mengerti atau apa yang mereka rasai. Sebab itu hal utama bagi korporasi untuk mencondongkan rasa meyakini *customer* kepada *product* atau jasa yang ditawarkannya, agar tingkat kemeyakinan *customer* lebih tinggi kepada korporasi dan tercipta kepuasan *customer*.

Landasan teoritis variabel *decision* pengaplikasian pada studi ini disamakan dengan teoritis berkenaan *decision purchasing*. Fadillah & Hartono (2022) mengungkapkan *decision* pengaplikasian yakni salahsatu proses integrasi yang dipergunakan untuk mengkombinasikan ilmu dan mengevameluasi dua atau lebih opsi dan memilih satu diantaranya.

Ada lima tahap proses *decision purchasing* menurut yaitu perkenalan zamanlah, penelurusan informasi, penilaian opsi, *decision* pengaplikasian dan sikap paska pengaplikasian.

Proses pengambilan *decision* pengaplikasian dimulai dari perkenalan zamanlah. Proses perkenalan zamanlah ini muncul yakni akibat konsumen menyadari salah satu kebutuhan yang dipicu oleh pacuan internal maupun eksternal. (Blackwell, 2012) mengungkapkan perkenalan zamanlah muncul yakni akibat dari salahsatu individu yang menyadari perbedaan antara apa yang diniatkan dengan kondisi yang sesungguhnya. Melalui perkenalan zaman ini, konsumen wajib menemukan solusi yang terbaik berkenaan *product* atau jasa yang diperlukan dibeli.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, Korean wave dan brand ambassador serta satu variabel intervening, citra merek, dan satu variabel dependen, Keputusan Pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand ambassador dan Korean wave terhadap Keputusan Pembelian di Bukalapak melalui brand image. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan survei. Analisis Jalur adalah metode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini. Analisis Jalur adalah teknik untuk menguji hubungan ketergantungan langsung antar variabel.

Populasi Pada Studi ini ialah seluruh nasabah bank Mandiri. Jumlah populasi pada studi ini tidak diketahui. Pada studi ini, peneliti pengaplikasian rumus perhitungan sampel menurut penbisa Hair et al (2010) yaitu apabila jumlah sampel studi yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator. Jadi pada studi ini diperoleh hasil  $5 \times 26 = 130$  responden. (Pergimana, 2018) Studi ini pengaplikasian teknik pengambilan sampel semetoda nonprobabilitas dengan metoda purposive sampling. Menurut (Fakhri, 2021) *Purposive sampling* ialah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Kriteria pemilihan sampel pada studi ini yaitu nasabah Bank Mandiri di Jakarta Barat.

Untuk mengukur validitas dipergunakan korelasi person product moment. Jika korelasi person *product moment* antara masing masing pernyataan dengan skor yang menghasilkan nilai signifikan  $< 0,05$  maka item pernyataan dikatakan valid (Ningtyas, 2014). Untuk menguji reliabilitas pengaplikasian *cronbach alpha*, dengan standar *reliable* jika nilai *cronbach alpha*  $> 0,6$  Uji asumsi klasik yakni persyaratan statistik yang wajib dilakukan pada analisi regresi linier berganda yang berbasis ordinary lest square. Pada OLS hanya terbiasasatu variabel dependen, sedangkan untuk variabel independen berjumlah lebih dari satu. (Ningtyas, 2014). Regresi linear berganda yakni model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen kepada variabel dependen (Ghozali, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Dari hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan yang terdiri dari Manfaat, gaya hidup, Kepercayaan dan Keputusan Penggunaan secara keseluruhan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan hasil dari sig hitung kurang dari atau dibawah 0.05 atau dapat dikatakan sig hitung  $<$  sig standar. Dan dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan layak digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena hasil *cronbach alpha*  $>$  0.60, dimana pada variabel Manfaat *cronbach alpha* nya sebesar 0.92, pada variabel Gaya Hidup nilai *cronbach alpha* sebesar 0.87, pada variabel Kepercayaan nilai *cronbach alpha* sebesar 0.90, dan pada variabel Keputusan Pembelian nilai *cronbach alpha* nya sebesar 0.83.

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Manfaat	0.92	Reliabel
Gaya Hidup	0.87	Reliabel
Kepercayaan	0.90	Reliabel
Keputusan Penggunaan	0.83	Reliabel

### Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini bahwa jumlah responden perempuan yang menggunakan Livin by Mandiri lebih banyak dibandingkan jumlah responden laki-laki. Dengan jumlah 65 responden laki-laki (50%) dan sisanya adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 65 responden (50%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna dalam penelitian ini antara laki laki dan perempuan sama banyaknya.

Dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menggunakan Livin by Mandiri dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 17 tahun -35 tahun dengan jumlah 66 responden (50,8%) disusul dengan responden berusia 35 tahun - 45 tahun dengan jumlah 31 responden (23.8%), kemudian disusul dengan responden berusia lebih dari 45 tahun dengan jumlah 33

responden (25.4%). Data diatas membuktikan bahwa responden pada umur 17-35 tahun lebih banyak yang menggunakan Livin by Mandiri

Dapat dilihat bahwa jumlah responden yang merupakan pengguna Livin by Mandiri adalah responden yang jenis pekerjaannya dan lain-lain dengan jumlah 10 responden (10%), disusul dengan pekerjaan PNS yaitu berjumlah 20 responden (15.4%), kemudian disusul karyawan yaitu berjumlah 40 responden (30.8%). kemudian disusul Wiraswasta yaitu berjumlah 57 responden (43.8%) Kesimpulan dari hasil diatas menunjukkan bahwa penggunaan Livin by mandiri paling banyak adalah yang jenis pekerjaannya wiraswasta.

Dapat dilihat bahwa jumlah responden pengguna Livin by Mandiri lebih dominan intensitas pengguna sebanyak lebih dari tiga kali dalam sebulan dengan jumlah 71 (54.6%), kemudian pengguna Livin by Mandiri dengan intensitas pengguna sebanyak 1kali dengan jumlah 15 (11.5%) dan yang terakhir pengguna dengan intensitas 2 kali penggunaan Livin by Mandiri dengan jumlah 44 (33.8%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna Livin by Mandiri biasa menggunakan Livin by Mandiri sebanyak lebih dari 3 kali dalam sebulan.

**Uji Normalitas**

Berdasarkan uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov test diperoleh nilai Assymp.Sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Dari tabel dan grafik di atas, menunjukkan bahwa modelregresi kedua yang meliputi variabel manfaat, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan layak dipakai karena asumsi normalitas.

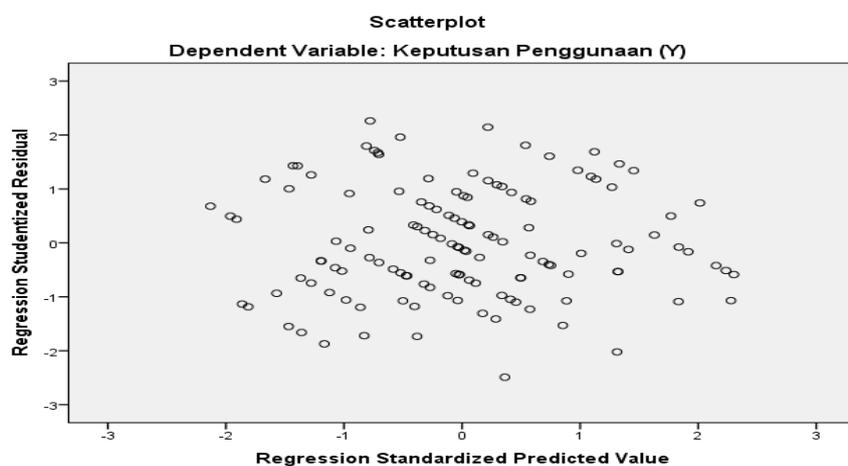
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test						
		Manfaat (X1)	Gaya hidup (X2)	Kepercayaan (X3)	Keputusan Penggunaan (Y)	
N		130	130	130	130	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	25.8769	14.5000	14.8769	10.2231	
	Std. Deviation	6.97839	4.53625	4.64727	2.92613	
Most Extreme Differences	Absolute	.062	.070	.066	.070	
	Positive	.062	.057	.066	.069	
	Negative	-.054	-.070	-.057	-.070	
Test Statistic		.062	.070	.066	.070	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>	.200 <sup>c,d</sup>	
a. Test distribution is Normal.						
b. Calculated from data.						
c. Lilliefors Significance Correction.						
d. This is a lower bound of the true significance.						

## Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF dari ketiga variabel bebas kurang dari 10 dan nilai tolerance  $>0.1$  atau 10%, artinya bahwa diantara variabel independen didalam penelitian ini yaitu manfaat, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan terjadi hubungan atau memiliki korelasi satu sama lainnya, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan multikolinearitas atau dengan kata lain model regresi ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

## Uji Heterokedasitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak beraturan diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.



## Hasil Uji F

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan tabel dengan menggunakan uji F diperoleh F hitung sebesar 48,443 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena nilai profitabilitas  $< 0,05$  dan F hitungnya harus lebih besar dari F tabel (2.67) ( $0,000 < 0,05$ ). Dari hasil uji F ini, variabel independen yakni manfaat, gaya hidup dan kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan.

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	591.608	197.203	48.443	.000 <sup>b</sup>
Residual	512.923	4.071		
Total	1104.531			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Gaya hidup (X2), Manfaat (X1)

**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.435	.755		1.900	.060
Manfaat (X1)	.144	.033	.342	4.402	.000
Gaya hidup (X2)	.165	.047	.256	3.539	.001
Kepercayaan (X3)	.180	.050	.286	3.602	.000

**a. Uji Parsial Manfaat Terhadap Keputusan Penggunaan**

Untuk mengukur pengaruh parsial variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan, maka hipotesis yang digunakan sebagai berikut :

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  atau  $t \text{ hitung} = 4,402 > t \text{ tabel} 1.978$ . Sehingga kesimpulannya secara parsial variabel manfaat mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

**b, Uji Parsial Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan**

Untuk mengukur pengaruh parsial variabel Gaya Hidup terhadap keputusan penggunaan, maka hipotesis yang digunakan sebagai berikut: Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  atau  $t \text{ hitung} = 3,539 > t \text{ tabel} 1.978$ . Sehingga kesimpulannya secara parsial variabel gaya hidup mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

### c. Uji Parsial Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan

Untuk mengukur pengaruh parsial variabel Kepercayaan terhadap keputusan penggunaan, maka hipotesis yang digunakan sebagai berikut: Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  atau  $t \text{ hitung} = 3.602 > t \text{ tabel} 1.978$ . Sehingga kesimpulannya secara parsial variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 <sup>a</sup>	.536	.525	2.01763

Berdasarkan hasil uji determinasi pada tabel diatas dapat diketahui bahwa pengaruh langsung variabel manfaat, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan sebesar 0,525 atau 52,5%. Artinya variabel manfaat, gaya hidup dan kepercayaan memiliki pengaruh secara langsung terhadap keputusan penggunaan sebesar 52.5%. Adapun sisanya sebesar 47.5% di pengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Setelah melakukan pengujian model, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Hasil keputusan terhadap seluruh hipotesis yang diajukan akan dijelaskan sebagai berikut. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berarti, semakin tinggi manfaat yang diterima dari Livin by Mandiri, maka semakin tinggi pula keputusan pengguna terhadap Livin By Mandiri. Sebaliknya, semakin rendah manfaat yang didapatkan dari Livin by Mandiri, maka semakin rendah pula keputusan penggunaan terhadap Livin by Mandiri. Jika dilihat dari skala pengukuran nilai indeks, *work more quickly* menjadi faktor dominan dalam manfaat yang mempengaruhi keputusan penggunaan karena indikator yang paling berdistribusi dalam pengaruh tersebut adalah dapat mempercepat pengguna dalam mengakses aplikasi ini. Hal ini terjadi karena aplikasi ini menggunakan teknologi *finger print* dan akses cepat dalam melihat saldo yakni dengan *scroll* ke bawah saja.

Berdasarkan data karakteristik responden dapat dijelaskan bahawa pengguna Livin by Mandiri didominasi oleh pengguna yang mayoritas sebagai pelajar atau mahasiswa di usia 17-32

tahun. Dengan responden yang berstatus sebagai awal dalam membangun karir dan berada dikategori umur produktif, tingginya manfaat yang dirasakan dan akan terus meningkat, dikarenakan manfaat tersebut akan mempengaruhi keputusan penggunaan sehingga dapat menentukan apa yang akan dilakukannya. Bila dirasa menggunakan Livin by Mandiri dapat menghemat waktu seperti misalnya mengecek saldo tinggal *scroll* saja maka tidak perlu menunggu lama, maka penggunapun akan merasa senang menggunakannya. Penelitian yang dilakukan peneliti didukung penelitian dari Himawati & Firdaus, (2021) yang menghasilkan bahwa manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara variabel gaya hidup dan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup masyarakat maka dapat mempengaruhi keputusan penggunaan terhadap produk Livin by Mandiri. Hubungan positif ini terjadi karena sebagian besar pengguna beranggapan, bahwa Livin by Mandiri dapat memenuhi gaya hidup. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa gaya hidup yang terdiri dari kegiatan, minat, opinion. Jika dilihat dari skala pengukuran nilai indeks, meningkatkan ajakan teman yang membuat berminat menggunakan Livin by Mandiri merupakan nilai tertinggi dalam gaya hidup yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Artinya pengaruh teman atau lingkungan sekitar akan sangat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan aplikasi ini. Salah satu alasannya adalah dari banyaknya aplikasi digital di dalam sebuah *smartphone*, maka mereka juga harus selektif dalam memilihnya.

Berdasarkan data karakteristik responden dapat dijelaskan bahwa pengguna Livin by Mandiri yang mayoritas pekerjaannya adalah wiraswasta dengan intensitas penggunaan Livin by Mandiri lebih dari dua kali dalam sebulan. Hal itu menjelaskan bahwa lebih senang bertransaksi menggunakan non-tunai karena di anggap lebih praktis. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wahyuni & Irfani (2019) yang menghasilkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan.

Hasil penelitian berikutnya membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Dengan mengukur pengaruh langsung kepercayaan terhadap keputusan penggunaan didapatkan bahwa pengaruh yang berarti kepercayaan berperan dalam menciptakan keputusan penggunaan. Hal ini berarti, semakin tinggi kepercayaan yang dirasakan dari Livin by Mandiri, maka semakin tinggi pula keputusan pengguna terhadap Livin by Mandiri. Sebaliknya, Semakin rendah kepercayaan yang dirasakan dari Livin by Mandiri, maka semakin rendah pula keputusan penggunaan Livin by Mandiri

Hasil penelitian berikutnya membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel manfaat, gaya hidup dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini berarti, semakin tinggi manfaat dan kepercayaan yang dirasakan dari Livin by Mandiri, maka semakin tinggi pula keputusan penggunaan Livin by Mandiri. Sebaliknya, jika manfaat dan kepercayaan yang dirasakan rendah maka akan semakin rendah pula keputusan penggunaan Livin by mandiri. Manfaat dan kepercayaan dapat diperoleh Jika penggunaan Livin by mandiri merasakan bahwa aplikasi ini dapat mempercepat akses masuk dan juga Livin by Mandiri dapat bertanggung jawab jika pengguna mengalami kerugian, jika kedua faktor tersebut dapat terpenuhi maka akan mempengaruhi keputusan penggunaannya. Disamping itu, hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan, Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi gaya hidup masyarakat maka dapat mempengaruhi keputusan penggunaan terhadap produk Livin by Mandiri. Hubungan positif ini terjadi karena sebagian besar pengguna beranggapan, bahwa Livin by Mandiri dapat memenuhi gaya hidup. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa gaya hidup juga bergantung terhadap kehidupan lingkungan sekitar yakni salah satunya teman bahkan kerabat dekat yang akan mempengaruhi pengguna.. Jika dilihat dari skala pengukuran nilai indeks, meningkatkan ajakan teman yang membuat berminat menggunakan Livin by Mandiri merupakan nilai tertinggi dalam gaya hidup yang mempengaruhi keputusan penggunaan.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini meneliti tentang adanya pengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi Livin by Mandiri pada masyarakat yang berada di Jakarta Barat. Penelitian ini menjelaskan bagaimana faktor-faktor yang terdiri dari manfaat, gaya hidup dan kepercayaan mempengaruhi pengguna dalam menggunakan aplikasi tersebut. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, peneliti memperoleh hasil bahwa 4 hipotesis (H1, H2, H3 dan H4) dari 4 hipotesis yang diajukan dapat diterima semua.

Manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Livin by Mandiri di daerah Jakarta Barat. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi manfaat yang di dapat, minat positif untuk menggunakan sistem tersebut akan timbul dari penggunaanya. Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Livin by Mandiri di daerah Jakarta Barat. Hal ini dapat diartikan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan penggunaan suatu produk. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Livin by Mandiri di daerah Jakarta Barat. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang di dapat, minat positif untuk menggunakan sistem tersebut akan timbul dari penggunaanya.

Manfaat, Gaya hidup dan Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Livin by Mandiri di daerah Jakarta Barat. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi manfaat, gaya hidup dan kepercayaan yang di dapat, minat positif untuk menggunakan sistem tersebut akan timbul dari penggunaanya.

Terdapat beberapa implikasi manajerial dalam penelitian ini yang penting untuk Dalam meningkatkan keputusan penggunaan Livin by Mandiri, perusahaan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan manfaat yang ada agar mampu bersaing dengan produk sejenisnya. Bila Livin by Mandiri memberikan manfaat untuk mencapai tujuan (*controllable*) maka akan mempengaruhi keputusan penggunaan Livin by Mandiri tersebut. Hal itu dapat dicapai dengan menerapkan pola sistem agar dapat lebih menghemat waktu pengguna dalam bertransaksi. Sehingga masyarakat dapat tetap bertahan menjadi pengguna setia Livin by Mandiri. Diharapkan Livin by mandiri membantu pengguna yang ingin menggunakan tanpa harus melakukan usaha untuk mengetahui bagaimana penggunaan dari Livin by Mandiri itu sendiri.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Adams, D.A., R. R. N. & P. A. T. (2012). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: a replication. *MIS QUARTERLY*, 16(2).
- Akhnes Noviyanti, T. E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- Anggraini, T. R. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP DAN BRAND AWARENESS TERHADAP MINAT BELI SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2018-2019 Universitas Mulawarman). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143. <https://doi.org/10.25273/capital.v5i2.12020>
- anisa kurniasari kaumi. (2022). *Intip Sederet Kelebihan Aplikasi Livin' by Mandiri Berlogo Kuning*. Financial. Bisnis. Com. <https://finansial.bisnis.com/read/20220226/90/1505106/intip-sederet-kelebihan-aplikasi-livin-by-mandiri-berlogo-kuning>
- Ardhana, S., Putri, R., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Word Of Mouth, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 06(02), 1–13. <https://www.neliti.com/publications/463136/pengaruh-kepercayaan-word-of-mouth-kualitas-produk-dan-gaya-hidup-terhadap-keput>
- Blackwell,R.D.(2012).*CONSUMER BEHAVIOUR*. Cengage Learning.
- Faisal Fadillah1, Dr.. Hartono, S.E., M. M. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, MANFAAT, DAN KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA APLIKASI LINKAJA TELKOM JAKARTA*. 2 (2), 277–285.
- Fakhri, R. (2021). Metode Penelitian. 2021, 32–41.
- Fathussyaadah, E., & Ratnasari, Y. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Karya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi. *Jurnal*

*Ekonomak*, V(2), 16–35.

- Genady, D. I. (2018). *Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, dan Promosi Uang Elektronik Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Masyarakat* (Issue 11140850000042).
- Ghozali, I. (2018). *Mathematical Statistics*. Universitas Diponegoro.
- Habibi, M. (2014). Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Di Purworejo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 1–10. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/1265>
- Harrison McKnight, D., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: A trust building model. *Journal of Strategic Information Systems*. *Journal of Strategic Information Systems*. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00020-3](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00020-3)
- Himawati, D., & Firdaus, M. F. (2021). Pengaruh Word of Mouth dan Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan E-Wallet Dana Melalui Kepercayaan Pelanggan di Jabodetabek. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 424–436. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.194>
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Keller, K. dan. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kemala Dewi Lubis, P., & Sitompul, B. (2022). Pengaruh Kemudahan, Keakuratan dan Manfaat Terhadap Keputusan Bertransaksi Menggunakan Uang Elektronik Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 5(1), 21–41. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/LIAB/article/view/8463>
- Ningtyas, M. (20014a). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 2017, 32–41.
- Ningtyas, M. (20014b). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Novitasari, R., & Supriyanto, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 17(1), 28–36. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i1.33542>
- Nurrahman, I., & Utama, D. H. (2016). PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 56–65. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2278>
- PERMANA, B. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Warunk Gacoan Cabang Kediri. *Simki-Economic*, 02(02), 1–9.
- Prihatini, D. N., & Hidayati, L. L. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology*, 505–517.
- Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M. S. (2017). *Desain Penelitian Studi Kasus*. 1–15.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>

- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66. <https://doi.org/10.31331/jeee.v1i2.1293>
- Said, S., & Amiruddin, A. M. A. (2017). Literasi Keuangan Syariah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam ( Studi Kasus UIN Alauddin Makasar ) Salmah Said dan Andi Muhammad Ali Amiruddin Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Keywords : Literasi , Keuangan , Islam , Perguruan Tinggi , UIN Alaud. *Al-Ulum*, 17(1), 44–64. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Sari, D. . (2018). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, Public Relation, Personal Selling, Direct Selling, dan Gaya Hidup (Life Style) terhadap Keputusan Pembelian Telkomsel Cash (T-Cash) (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekoomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau). *Skripsi*, 738.
- Sayekti, F., & Putarta, P. (2016). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 196–209. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3075>
- Setyariningsih, E. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE (E-COMMERCE) LAZADA DI KOTA. *Buletin Bisnis & Manajemen (BISMAN)*, 2(1), 1–19. [http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS\\_](http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_)
- Sofiati, A. M., & Murniawaty, I. (2019). Pengaruh Lokasi Usaha, Pengalaman Usaha Dan Pengelolaan Pasar Terhadap Omzet Penjualan Pedagang Setelah Revitalisasi. *Economic Educa-tion. Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 588–604. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31490>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT.PUBLIFET.
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Todd, W. W. C. and P. A. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equaiton Modeling in MIS Research. *Management Information Systems Research Center*, 9(5).
- Wahyuni, R., & Irfani, H. (2019). Pengaruh Lifestyle, Percieved Ease of Use dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Pakaian Online. *Psyche 165 Journal*, 12(2), 165–173. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v12i2.36>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>