

Pengaruh Gaya Hidup dan Pemanfaatan Teknologi (*e-banking*) Terhadap Kepemilikan Kartu Kredit Serta Dampaknya pada Sikap Pengguna

Reni Anggraini
Fakultas Ekonomi
Universitas Gunadarma
Depok, Indonesia
renia@staff.gunadarma.ac.id

Iman Murtono Soenhadji
Fakultas Ekonomi
Universitas Gunadarma
Depok, Indonesia
imanms@staff.gunadarma.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepemilikan kartu kredit serta dampaknya pada sikap pengguna. Penelitian ini dilakukan karena keterkaitan pemanfaatan teknologi (*e-banking*) dalam penelitian perilaku pengguna kartu kredit sebagai referensi relatif terbatas. Teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling dengan jumlah pemegang kartu kredit yang diketahui dari sumber data Bank Indonesia (BI) dan Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI) Teknik kecukupan sampel menggunakan rumus Slovin dengan pendekatan purposive, didapat 399 responden pemegang kartu kredit yang berhasil dikumpulkan di daerah Jakarta, Depok dan Bogor. Tahap uji data primer tersebut selanjutnya dilakukan uji validitas, reliabilitas dan analisis konfirmatori faktor (CFA) menggunakan KMO-Barlett's test. Proses tahap pengujian menggunakan tools SPSS untuk uji deskriptif, validitas reliabilitas dan CFA, untuk pengujian model penelitian menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (*life style*) memberi pengaruh yang cukup kuat pada variabel kepemilikan kartu kredit selain faktor pemanfaatan teknologi (*e-banking*) yang secara nyata mampu memengaruhi variabel kepemilikan kartu kredit. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup maka kecenderungan menggunakan kartu kredit semakin kuat, demikian juga dengan pemanfaatan teknologi *e-banking* yang secara nyata mampu mendukung kenyamanan bagi pengguna kartu kredit.

Kata kunci—gaya hidup; kepemilikan; kartukredit; pemanfaatan teknologi; sikap pengguna.

I. PENDAHULUAN

Penggunaan kartu kredit sebagai alat pembayaran telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup berbelanja konsumen di seluruh dunia. Kartu kredit selain memberi kepraktisan sebagai alat pembayaran, juga memiliki fungsi sebagai sumber dana talangan sementara (*source of credit*) bagi pemilik kartu kredit dalam situasi darurat. Pemanfaatan kartu kredit dari sisi kepraktisan menjadikan kartu kredit sebagai alat pembayaran non tunai yang paling kerap digunakan oleh konsumen selain kartu debit (*debit card*). Sistem pembayaran non tunai di Indonesia sudah mengarah pada *cash less society* sebagaimana yang terjadi di negara maju. Transaksi kartu kredit

di Indonesia meningkat seiring pertumbuhan konsumsi dari tahun ke tahun. Data Bank Indonesia tahun 2015 menunjukkan bahwa penggunaan kartu kredit dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 mengalami peningkatan baik dari sisi jumlah transaksi yang terjadi maupun nilai transaksinya. Pertumbuhan yang signifikan ini menunjukkan bahwa kartu kredit sebagai alat pembayaran non tunai semakin sering dimanfaatkan sebagai pengganti uang tunai (*cash less*) dan telah menjadi bagian penting dalam menunjang gaya hidup masyarakat modern di Indonesia (*complimentary*). Selain dari aspek gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat khususnya di kota-kota besar, pertumbuhan kartu kredit di Indonesia juga ditunjang oleh promosi dan program-program menarik (*reward*) yang diberikan oleh bank penerbit kartu kredit baik secara langsung (*personal sms, e-mail*) maupun tidak langsung (umum). Hal tersebut dirasakan sejalan dengan pemenuhan kebutuhan dan selera nasabah yang semakin beragam. Melalui layanan teknologi *e-banking* (*mobile banking*) yang tersedia sebagai fasilitas *online banking* yang dapat dimanfaatkan oleh nasabah untuk mengetahui informasi terkait aktifitas belanja (transaksi) dan lembar tagihan (*billing statement*), akan memberi kemudahan dan rasa aman nasabah dalam menggunakan kartu kredit sebagai alat pembayaran non-tunai.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pemanfaatan teknologi *e-banking* digunakan secara maksimal oleh generasi Y dan generasi Z. Generasi millennial atau generasi "Y" sangat identik dengan kehidupan yang modern dan praktis dalam kehidupan ekonominya. Generasi ini, menurut teori William Strauss dan Neil Howe adalah mereka yang lahir pada tahun 1977 hingga mendekati tahun pergantian millenium atau pada akhir tahun 1998. Generasi Y lebih menyukai menggunakan alat pembayaran non tunai dibanding menggunakan uang tunai. Survei yang dilakukan Visa Worldwide (*Connecting With The Millenials*, 2012), 70 persen generasi millennial telah meninggalkan pembayaran tunai. Survei ini dilakukan terhadap 5000 remaja di tahun 2012 untuk generasi "Y" yang berusia 18 – 28 tahun pada 11 negara di Asia Pasifik, Timur Tengah, Afrika dan Indonesia. Survey ini mengungkap terdapat 58 persen generasi millennial yang

percaya, bahwa pembayaran elektronik akan menggantikan uang tunai di masa datang dan menyebabkan timbulnya *cashless society*. Alasan mereka memilih cara pembayaran ini antara lain tidak perlu membawa banyak uang pada saat berbelanja, kartu lebih aman dibanding uang tunai dan perubahan gaya hidup mereka yang lekat dengan teknologi. Pembayaran transaksi belanja dapat dilakukan secara online yang hanya dapat dilakukan apabila mereka bertransaksi dengan menggunakan kartu. Generasi “Y”, adalah generasi yang memiliki kemampuan *multitasking*, kompetitif dan cenderung mengandalkan teknologi dalam bekerja. Teknologi dan *gadget* telah menjadi bagian hidup bagi generasi “Y”. Generasi millennial selanjutnya adalah generasi Z, generasi yang lahir pada tahun 1999, hampir memiliki kesamaan dengan generasi Y, tetapi mereka lebih mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu, seperti *nge-tweet* dengan *smartphone*, *browsing* dengan menggunakan PC dan mendengarkan MP3 dengan menggunakan *headset*. Semua kegiatan mereka lakukan melalui dunia maya. Sikap adalah suatu sesuatu yang berhubungan dengan persepsi dan tingkah laku. Istilah sikap dalam bahasa Inggris disebut *attitude*, yang berarti bahwa suatu cara bereaksi terhadap suatu perangsang atau situasi yang dihadapi.

Definisi awal mengenai sikap dikemukakan oleh Louis Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood pada tahun 1993 [19], selanjutnya Fishbein [4] yang melihat sikap sebagai suatu konsep sederhana mengenai jumlah pengaruh yang dimiliki oleh seseorang atas atau menentang suatu obyek. Kelompok ini mendefinisikan sikap sebagai suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan [1]. Thurstone [1] memformulasikan sikap sebagai derajat afek positif atau afek negatif terhadap suatu objek psikologis. Beberapa tahun selanjutnya, Gordon Allport [21] mengemukakan definisi yang lebih luas mengenai sikap yaitu: “Sikap adalah suatu mental dan syaraf sehubungan dengan kesiapan untuk menanggapi, diorganisasi melalui pengalaman dan memiliki pengaruh yang dinamis terhadap perilaku”. Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan oleh Gordon Allport tersebut, terkandung makna bahwa sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan terhadap suatu obyek baik yang disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten. Sikap merupakan semacam kesiapan untuk bereaksi terhadap suatu objek dengan cara tertentu.

Calhoun [2], mengemukakan pendapatnya mengenai sikap, yaitu sekelompok keyakinan dan perasaan yang melekat tentang objek tertentu dan kecenderungan untuk bertindak terhadap objek tersebut dengan cara tertentu. Soetarno [24] melihat sikap sebagai pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak terhadap objek tertentu. Sikap senantiasa diarahkan kepada sesuatu yang berarti tidak ada sikap tanpa obyek. Sikap konsumen adalah pikiran atau pandangan konsumen yang menggambarkan kepercayaan terhadap manfaat yang baik dari suatu produk. Apabila konsumen sudah mulai percaya terhadap manfaat yang diberikan oleh suatu produk, maka konsumen tersebut akan selalu setia dan menggunakan produk tersebut, tetapi sebaliknya, apabila produk tersebut tidak memberikan manfaat yang baik, maka sikap konsumen akan tidak mau menggunakan produk tersebut kembali.

Sikap sebagai keseluruhan evaluasi yang dilakukan konsumen dan menjadi pembeda dari setiap individu. Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik yang berasal dari pengalaman atau sumber yang lainnya. Intensitas, dukungan, dan kepercayaan adalah aspek yang penting dari sikap. Masing-masing dari aspek ini akan bergantung pada kualitas pengalaman konsumen sebelumnya dengan objek sikap.

Berdasarkan beberapa pengertian sikap di atas dapat disimpulkan bahwa sikap adalah jumlah dari perasaan (*afeksi*) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual dalam skala evaluatif dua kutub, setuju atau menolak, baik atau jelek dan lainnya.

Kartu kredit adalah kartu yang umumnya dibuat dari bahan plastik dengan membubuhkan identitas dari pemegang dan penerbitnya, yang memberikan hak terhadap siapa kartu kredit diisukan untuk menandatangani tanda pelunasan pembayaran harga dari jasa atau barang yang dibeli di tempat-tempat tertentu, seperti toko, hotel, restoran, penjualan tiket, pengangkutan dan lain-lain, yang selanjutnya membebaskan kewajiban kepada pihak penerbit kartu kredit untuk melunasi harga barang dan jasa. Pada penerbitnya diberikan hak untuk menagih kembali pelunasan harga tersebut dari pihak pemegang kartu kredit ditambah biaya-biaya lainnya, seperti bunga, biaya tahunan dan uang pangkal [18].

Kartu kredit merupakan kartu yang dikeluarkan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya yang diberikan oleh nasabahnya agar dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Penggunaan kartu kredit sebenarnya terbatas pada tempat-tempat yang telah mengikat perjanjian dengan bank atau lembaga pembiayaan penerbit tersebut, seperti: supermarket, hotel, restoran dan toko-toko tertentu. Dengan demikian, paling tidak ada tiga pihak yang terkait dengan setiap transaksi melalui *instrumen* kartu kredit ini, yaitu bank atau lembaga pembiayaan yang menerbitkan kartu tersebut, *merchant* atau pedagang di mana pembelian produk atau jasa dilakukan dan pemegang kartu atau pihak yang membeli.

Hasil survei yang telah dilakukan pada tahun 2006 yang telah dilakukan oleh Tim Peneliti IPB, menyingkap pola penggunaan kartu kredit. Dari hasil survei memperlihatkan bahwa pemakaian kartu kredit sangat luas. Kartu kredit selain digunakan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari (menempati urutan teratas sebanyak 91,6 %), konsumen juga menggunakan kartu kredit untuk membeli barang-barang elektronik, produk *fesyen*, untuk perjalanan, makan di restoran, membeli perhiasan dan kebutuhan lainnya. Kartu kredit juga mereka gunakan untuk mengambil uang tunai. Hal inilah yang kemudian membuat kartu kredit semakin menggeser posisi uang tunai sebagai alat pembayaran.

III. METODOLOGI

Lokasi penelitian yang dipilih adalah wilayah perkotaan DKI Jakarta, Depok dan Bogor. Populasi diambil secara sengaja yang dituju adalah para pengguna kartu kredit dari beberapa bank di DKI Jakarta, Depok dan Bogor. Penggunaan

kartu kredit berdasarkan 3 jenis kartu kredit yang telah beredar di Indonesia, kartu kredit jenis *Silver / Classic*, kartu kredit jenis *Gold* dan kartu kredit jenis *Platinum* dan sudah menggunakan kartu kredit mereka selama lebih dari 1 tahun. Penyebaran kuesioner dilakukan mulai dari pertengahan Juni 2015. Pendekatan untuk penetapan responden pengguna kartu kredit, sifatnya *purposive*, dimana responden ditentukan dengan pertimbangan tujuan penelitian berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu. Kriteria tersebut antara lain, responden adalah pengguna kartu kredit aktif, membayar tagihan sendiri, sebagai pemegang kartu kredit utama dan minimal sudah menjadi nasabah kartu kredit dari sebuah bank selama 1 tahun.

Objek penelitian adalah penduduk DKI Jakarta, Depok dan Bogor yang memiliki dan aktif menggunakan kartu kreditnya. Berdasarkan data terakhir jumlah populasi kartu kredit yang beredar di Indonesia adalah 16.226.878 (Bank Indonesia, 2015). Berdasarkan data AKKI (2015), perkiraan pengguna kartu kredit untuk wilayah Jabodetabek adalah antara 50 – 60 %. Setelah uji validitas dan reliabilitas dilakukan, kuesioner yang valid dan reliabel disebarkan kepada calon responden. Kuesioner disebarkan secara langsung. Kesalahan dalam pengisian kuesioner yang disebabkan responden mengisi dengan terburu-buru atau asal-asalan sangat mungkin terjadi dalam pengisian kuesioner. Kesalahan inilah yang diantisipasi dengan menggunakan uji validitas sebelum data diolah lebih lanjut.

Teknik pengujian untuk penelitian secara keseluruhan dilakukan dengan metode SEM. Di dalam SEM peneliti dapat melakukan tiga kegiatan secara serempak, yaitu uji validitas dan reliabilitas instrumen (setara dengan analisis konfirmatori faktor), pengujian model hubungan antar variabel laten (setara dengan analisis *path*) dan model yang bermanfaat untuk prediksi (setara dengan model struktural atau regresi) [3][5]. Pengukuran SEM di dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi AMOS versi 18.0.

Ferdinand [3] menyatakan, evaluasi kriteria *goodness of fit* dalam SEM tidak memiliki alat uji statistik tunggal untuk menguji hubungan antara model dengan data yang telah dikumpulkan. Beberapa indeks kesesuaian dengan *cut – off value* yang umum digunakan adalah sebagai berikut:

1. *Degree of Freedom* (DF) atau derajat bebas, nilainya harus positif, yang menandakan bahwa model tidak *underidentified*. CMIN/DF umumnya berkisar antara ≤ 2.0 – 3.0, sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat kesesuaian model.
2. RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), adalah indeks untuk mengkompensasikan kelemahan *Chi-Square* dalam sampel besar. Nilai RMSEA sebesar $\leq 0,08$ adalah syarat agar model menunjukkan *close fit*. Nilai ini menunjukkan kesesuaian yang diharapkan bila model tersebut diestimasi.
3. GFI (*Goodness of Fit* = R^2 dalam regresi) dan AGFI (*Adjusted R²*), adalah rentang ukuran antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1 (*perfect fit*) yang memperhitungkan proporsi tertimbang dari varian dalam sebuah matriks kovarian sampel. Nilai GFI dan AGFI $\geq 0,90$ menunjukkan

good fit (baik), jika GFI dan AGFI menunjukkan nilai $\leq 0,90$ menunjukkan marginal fit (sedang).

4. CFI (*Comparative Fit Indeks*), merupakan indeks yang besarnya tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel. Nilai yang diharapkan adalah $\geq 0,90$, untuk nilai di bawah 0,90 menunjukkan marginal fit.
5. TLI (*Tucker Lewis Indeks*), merupakan alternatif *incremental fit index*, yang digunakan untuk membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *baseline* model.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

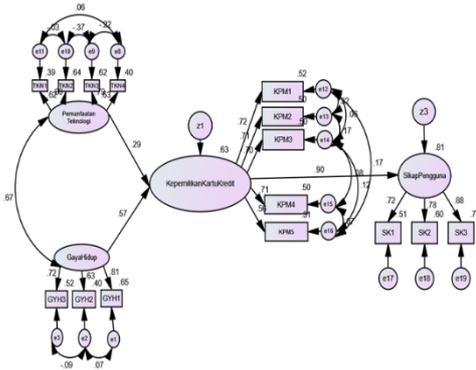
Dari hasil survey terhadap jenis kelamin, menunjukkan bahwa jenis kelamin wanita lebih besar komposisinya dibandingkan jenis kelamin pria. Perbandingan antara jenis kelamin wanita terhadap pria adalah 52,9 % berbanding 47,1 %. Responden pemilik kartu kredit dengan jenis kelamin wanita diperoleh sebanyak 211 responden dan responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 188 responden. Pada tingkat pendidikan responden, secara umum responden memiliki pendidikan sarjana (S1). Responden dengan tingkat pendidikan sarjana S1 memiliki persentase sebanyak 64 % atau sebanyak 256 responden, tingkat pendidikan diploma tiga (D3) sebanyak 16 %, sebanyak 63 responden, tingkat pendidikan S2/Pasca Sarjana sebanyak 15 % dan responden dengan tingkat pendidikan lainnya sebanyak 5 %. Pendapatan perbulan responden paling besar berada pada kisaran Rp. 4 juta – 6.99 juta, yaitu sebesar 57 %. Berikutnya responden dengan pendapatan perbulan sebesar Rp. 1 juta – 3.99 juta adalah sebesar 22 %, pendapatan perbulan Rp. 7 juta – 9.99 juta sebesar 10 %, lebih dari Rp.10 juta sebesar 9 %, sedangkan responden dengan pendapatan perbulan hingga Rp. 1 juta sebesar 2 %. Hasil survey juga menunjukkan bahwa responden dengan jumlah tagihan kartu kredit perbulannya dengan rentang Rp. 1 juta – Rp. 2.99 juta menduduki posisi pertama dengan persentase sebesar 44 %, tagihan kartu kredit perbulannya kurang dari Rp. 1 juta sebesar 32 %, rentang tagihan perbulannya sebesar Rp. 3 juta – Rp. 5.99 juta sebesar 19 %, Rp. 6 juta – Rp. 8.99 juta sebesar 4 %, dan responden yang memiliki jumlah tagihan perbulannya lebih dari Rp. 9 juta hanya sebesar 1 %. Berdasarkan kondisi ini, dapat menunjukkan bahwa persepsi responden untuk persepsi kehati-hatian dalam menggunakan kartu kredit *relative* cukup tinggi. Jumlah tagihan kartu kredit dari pemilik kartu kredit masih dalam batas sesuai dengan pendapatan perbulan yang responden terima.

Estimasi model mengenai pengaruh gaya hidup dan pemanfaatan teknologi terhadap kepemilikan kartu kredit sebagai sub-struktur dari model struktural, diperoleh hasil seperti pada Gambar 1 berikut ini:

TABEL III. TAKSIRAN PARAMETER (STANDARDIZED REGRESSION WEIGHTS) PENGARUH PEMANFAATAN TEKNOLOGI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPEMILIKAN KARTU KREDIT

	Estimate	S.E.	C.R.
KepemilikanKartuKredit ← PemanfaatanTeknologi	0,328	0,091	3,600
KepemilikanKartuKredit ← GayaHidup	0,402	0,067	5,960

Sumber : data olah (2015)



Gambar 1. Algoritma Cocke-Younger-Kasami

Hasil pengujian terhadap kesesuaian model, dengan kriteria *goodness of fit*, diperoleh beberapa indeks kesesuaian dan *cut - of value* diuraikan dalam Tabel 1 berikut :

TABEL I. KRITERIA GOODNESS OF FIT

Goodness of Fit Indeks	Hasil Pengujian AMOS	Cut - of Value	Keterangan
CMIND/DF	1,321	> 1	Baik
GFI	0,968	≥ 0,90	Baik
AGFI	0,947	≥ 0,90	Baik
CFI	0,935	≥ 0,90	Baik
RMSEA	0,028	< 0,08	Baik

Sumber : Data olah (2015)

Variabel pemanfaatan teknologi memiliki pengaruh langsung sebesar 0,294 terhadap kepemilikan kartu kredit, sedangkan untuk variabel gaya hidup, memiliki pengaruh langsung terhadap kepemilikan kartu kredit sebesar 0,566 . Gaya hidup memiliki pengaruh langsung yang paling besar terhadap kepemilikan kartu kredit (Tabel 2).

TABEL II. TAKSIRAN PARAMETER (STANDARDIZED) PENGARUH PEMANFAATAN TEKNOLOGI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPEMILIKAN KARTU KREDIT

	Estimate
KepemilikanKartuKredit ← PemanfaatanTeknologi	0,294
KepemilikanKartuKredit ← GayaHidup	0,566

Sumber : data olah (2015)

Nilai koefisien positif menunjukkan hubungan yang positif antara pemanfaatan teknologi dan gaya hidup, jika nilai teknologi atau gaya hidup meningkat, maka nilai kepemilikan kartu kredit juga akan meningkat, sebaliknya apabila nilai pemanfaatan teknologi atau gaya hidup menurun, maka nilai kepemilikan kartu kredit akan mengalami penurunan juga. Perbandingan antara nilai t-hitung dengan t-tabel untuk pengaruh variabel pemanfaatan teknologi dan gaya hidup terhadap variabel kepemilikan kartu kredit memperlihatkan hasil yang tersaji pada Tabel 3 berikut ini:

Nilai t-tabel untuk taraf kesalahan sebesar 5 % dengan Df = 81, diperoleh angka 1,664 dan untuk taraf kesalahan 1 % dengan Df = 81 diperoleh angka 2,284. Hasil pengujian terhadap pengaruh pemanfaatan teknologi dan gaya hidup terhadap kepemilikan kartu kredit diperoleh hasil t-hitung (C.R) lebih besar dari t-tabel baik untuk taraf kesalahan 5 % ataupun 1 %.

Pada variabel pemanfaatan teknologi juga diperoleh hasil pengaruh yang signifikan, dilihat dengan nilai t- hitung 3,600 adalah lebih besar dari t-tabel baik untuk taraf kesalahan 5 % ataupun 1 % $3,600 > 2,284 > 1,664$. Variabel gaya hidup juga menunjukkan pengaruh yang signifikan karena diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel $(5,960 > 2,284 > 1,664)$.

Kondisi ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh [25], hasil dari penelitian terdahulu dapat diambil kesimpulan, bahwa pengeluaran responden pemilik kartu kredit dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh kartu kredit yang dimilikinya.

Responden memiliki kartu kredit karena dengan kartu kredit responden dapat mendapatkan kemudahan dan fasilitas yang diberikan oleh *merchant* [20]. Dilihat dari sudut pandang gaya hidup pemilik kartu kredit, responden berkeinginan untuk memiliki kartu kredit karena kepraktisan, dalam hal tidak harus membawa uang tunai dalam jumlah yang besar, dari sisi *prestise*, dimana seorang individu yang memiliki beberapa kartu kredit dinilai memiliki kredibilitas yang baik, dari sisi pekerjaan dan besaran pendapatan yang diterima oleh responden.

Koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari model persamaan struktural, untuk menunjukkan bahwa pengaruh pemanfaatan teknologi dan gaya hidup secara bersama-sama memberikan kontribusi pengaruh sebesar 63 % terhadap kepemilikan kartu kredit.

Pengaruh dari variabel pemanfaatan teknologi, secara parsial adalah sebesar 38 % sedangkan untuk variabel gaya hidup, jika secara parsial memiliki kontribusi pengaruh sebesar 94,1 %.

Pengaruh gaya hidup terhadap kepemilikan dan penggunaan kartu kredit secara parsial memiliki kontribusi yang paling besar dibandingkan dengan pemanfaatan teknologi. Hal ini membuktikan bahwa gaya hidup menjadi faktor penentu ketika memilih untuk memiliki kartu kredit.

V. KESIMPULAN

Penelitian sebelumnya membatasi hanya pada *personality traits* [6] dan *locus of control* [7] sementara hasil penelitian ini lebih mengarah pada Faktor pemanfaatan teknologi yang menjelaskan tentang bagaimana teknologi *internet banking (e-banking)* sebagai salah satu layanan untuk kemudahan nasabah

dalam bertransaksi *online*, serta penggunaan kartu kredit secara jelas teridentifikasi. Faktor pemanfaatan teknologi menjelaskan aktifitas transaksi responden dan kemudahan fasilitas layanan *online* yang tersedia, hasil menjelaskan semakin adaptif responden terhadap fasilitas layanan *e-banking* maka responden akan semakin nyaman menggunakan kartu kreditnya untuk berbelanja. Variabel pemanfaatan teknologi *e-banking* secara parsial memengaruhi kepemilikan kartu kredit. Penelitian ini juga mengonfirmasi penelitian yang dilakukan [8][9][11]. Faktor gaya hidup menjelaskan tentang cerminan status sosial sejalan dengan hasil penelitian [12][13][14][22][23]. Semakin tinggi gaya hidup akan semakin nyaman pemilik kartu kredit menggunakan kartu kreditnya untuk kegiatan berbelanja, hasil ini mengonfirmasi penelitian [16] dan [17]. Variabel gaya hidup secara parsial memengaruhi kepemilikan kartu kredit. Hasil ini menjelaskan bahwa faktor pemanfaatan teknologi dan gaya hidup secara bersama-sama memengaruhi kepemilikan kartu kredit.

Implikasi penelitian ini terkait pemanfaatan teknologi informasi menjelaskan bahwa responden pemilik kartu kredit secara kontinu memanfaatkan fasilitas *e-banking* dan *internet banking* untuk kemudahan transaksinya. Faktor kenyamanan bertransaksi menjadi faktor utama bagi setiap pengguna kartu kredit.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azwar, S., Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya, Pustaka Belajar: Yogyakarta, 2002.
- [2] Calheun, J.F, & Acocella, JR, Psikologi Tentang Penyesuaian Dan Hubungan Kemanusiaan, IKIP Semarang Press: Semarang, 1990.
- [3] Ferdinand, Augusty, Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen, Edisi II, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang, 2002.
- [4] Fishbein M, Ajzen I, "The Influence of Attitudes on Behavior", International Journal of Electronic Business 12/2015; 12, 2015, pp.162-184.
- [5] Hair, F. Joseph, Anderson E. Rolph, Tatham L. Ronald, William C., Multivariate Data Analysis, Upper Saddle River, NJ; Prentice Hall, 1998.
- [6] Indriani, Irene dan Supramono, "Pengaruh Personality Traits Terhadap Penyalahgunaan Kartu Kredit dengan Impulsiveness Sebagai Variabel Intervening : Studi pada Pegawai Akademik dan Non Akademik YPTKSW", Riset, FE UKSW Salatiga, 2009.
- [7] Indriantoro, "An Empirical Study of Locus of Control and Cultural Dimensions as Moderating Variables of The Effect of Participative Budgeting on Job Performance and Job Satisfaction", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 15, No. 1 Januari, 2000, pp. 97-114.
- [8] Ingene., C. and Levy. M, "Cash Discount to Retail Customer : An Alternative to Credit Card Sales". Journal of Marketing, 46.,1982, pp. 92-103.
- [9] Kaynak, E. and Harcar, T. "Consumers Attitudes and Intention Towards Credit Card Usage in an Advanced Developing Country". Journal of Financial Service Marketing. 6 (1), 2001, pp. 24-36.
- [10] Kennickell, A.B. dan M.L. Kwast, "Who Uses Electronic Banking? Results from The 1995", Survey of Customer Finances, Paper Prepared For Presentation at The Annual Meetings of The Western Economic Association, Seattle, Washinton, July, 1997.
- [11] Kinsey, J., "Determinants of Credit Card Accounts: An Application of Probit Analysis", Journal of Consumer Research. 8 (2), 1981, pp. 177-182.
- [12] Loudon, D.L.; Bitta, A.J. Consumer Behavior Concept and Application. 4th ed.; Singapore: McGraw Hill, 1993.
- [13] Lili, Wang, Wei Lu, Naresh K. Malhotra, "Demographics, Attitude, Personality And Credit Card Features Correlate With Credit Card Debt : A View From China", Journal of Economic Psychology, Volume 32, Issue 1, February 2011, 2011, pp.179-193.
- [14] Linda Ariany M dan Katarina Kumalasari W., "Mental Accounting dan Variabel Demografi: Sebuah Fenomena pada Penggunaan Kartu Kredit", Jurnal Kinerja Vol. 16, No. 2 Tahun 2012, 2012, pp.89-102.
- [15] Loix. E., R., Pepermans and L.Van Hove, "Who's Afraid of The Cashless Society?" Belgian Survey Evidence, Vrije University Brussels, Belgium, 2005.
- [16] Marlina, "Studi Perilaku Penggunaan Kartu Plastik Dalam Transaksi Pembayaran Oleh Keluarga", Invoice, Vol. III, No. 7, Agustus 2005, 2005.
- [17] Marselina, G., "Analisa Faktor yang Berhubungan Dengan Pertimbangan Cost and Benefit Kartu Kredit", Finesta Vol 1, No. 2, 2013, pp. 79-84.
- [18] Munir Fuady, Hukum Pembinaan, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.
- [19] Nugroho J Setiadi, Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Strategi Dan Penelitian Pemasaran, Prenada Media, Jakarta, 2003.
- [20] Safakli, O.V, "Motivating Factors of Credit Card Usage and Ownership: Evidence from Northern Cyprus", Investment Management and Financial Innovation, 2007.
- [21] Sears, D.O., Freedman, J.L, & Peplau, L.A, Psikologi Sosial, Erlangga: Jakarta, 1985.
- [22] Sinha, D.R, "A Study on Consumer Behavior Towards Credit Cards in Nagpur City", Journal on Banking Financial Services and Insurances Research, 2011.
- [23] Shinta, Veronika, "Hubungan Antara Gaya Hidup Achievers Dengan Minat Menggunakan Kartu Kredit Pada Pegawai Wanita Sekretariat Daerah Propinsi Jawa Tengah", Fakultas Kedokteran, Universitas Diponegoro, 2006.
- [24] Soetarno, R, Psikologi Sosial, Kanisius: Yogyakarta, 1994.
- [25] Tunali. H., and Tatoglu, F.Y, "Factor Affecting Credit Card Uses ; Evidence From Tukey Using Tobit Model", European Journal of Economics, Finance, and Administrative Scienses, 2010.