

**PERBANDINGAN PERILAKU PENGGUNAAN METODE PEMBAYARAN
PASCA COVID MAHASISWA DAN ORANG TUA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Sutrisno

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala
sutrisno@wym.ac.id

ABSTRACT

Covid-19 has developed into a frightening phenomenon for all industries, especially the Indonesian economy because many failed businesses have caused a decline in people's purchasing power and a slowdown in economic growth. The corona virus can be transmitted through money, credit cards or the hands of people who give or receive money. People are urged by the World Health Organization (WHO) to use contactless payments. Therefore, the pandemic has changed people's behavior in cashless transactions using digital wallets to limit the risk of infection. Transactions involving digital wallets are the result of technological advances which are also known as the non- cash movement or "cashless society" which describes people who make transactions without using cash and prefer cashless. This study aims to determine post-pandemic consumer behavior between young people who are often referred to as generation Z and parents as generation X in terms of payment methods when they make transactions, which of course influences the decision to buy a product or service.

Keywords: *Digital Technology, Students, Parents And Payment Methods*

ABSTRAK.

Covid-19 telah berkembang menjadi fenomena yang menakutkan bagi semua industri, khususnya perekonomian Indonesia karena banyaknya usaha yang gagal menyebabkan penurunan daya beli masyarakat dan perlambatan pada pertumbuhan ekonomi. Virus corona dapat menular melalui uang, kartu kredit, atau tangan orang yang memberi atau menerima uang. Masyarakat didesak oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) untuk menggunakan pembayaran tanpa kontak. Oleh karena itu, pandemi telah mengubah perilaku masyarakat dalam transaksi nontunai menggunakan dompet digital untuk membatasi risiko terinfeksi. Transaksi yang melibatkan dompet digital adalah hasil dari kemajuan teknologi yang juga dikenal sebagai gerakan nontunai atau "cashless society" yang menggambarkan orang-orang yang melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai dan lebih memilih cashless. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen pasca pandemi antara anak-anak muda yang sering disebut generasi Z dengan orang tua sebagai generasi X pada metode pembayaran saat mereka bertransaksi, yang tentunya

berpengaruh pada keputusan pembelian suatu produk atau jasa.

Kata kunci : Teknologi Digital, Mahasiswa, Orang Tua Dan Metode Pembayaran

PENDAHULUAN

Dalam 2 (dua) dekade terakhir, perkembangan teknologi telah berkembang pesat. Kemajuan teknologi telah merambah ke setiap aspek kehidupan manusia. Aktivitas manusia saat ini dimudahkan dengan berbagai kegunaan yang ditawarkan oleh kemajuan teknologi. Teknologi secara sederhana dapat diartikan sebagai penerapan pengetahuan ilmiah berupa alat, mesin, atau fasilitas untuk keperluan praktis kehidupan manusia (Britannica, 2022). Sebelum era teknologi, kegiatan dilakukan secara manual dan membutuhkan waktu lama untuk menyelesaikannya, namun di era sekarang ini, kehadiran teknologi sebagai penolong memudahkan usaha manusia dalam melakukan aktivitas dan menghemat banyak waktu. Kemajuan teknologi, khususnya teknologi digital yang hadir dalam bentuk aplikasi dan perangkat lunak juga telah merambah ke industri perbankan dan bagaimana masyarakat melakukan transaksi perbankan. Seiring dengan terjadinya pandemi COVID-19, banyak bank di dunia maupun di Indonesia juga memanfaatkan kesempatan ini untuk mempertahankan loyalitas dengan mengubah dan meningkatkan layanannya dengan memanfaatkan teknologi pada mobile banking pribadi nasabahnya (The Jakarta Post, 2022). Covid-19 telah mendorong perubahan perilaku konsumen dan bisnis, banyak diantaranya akan bertahan hingga tingkat yang berbeda-beda dalam jangka panjang. Krisis pandemi Covid-19 telah mengakselerasi transformasi digital. Yang pertama, dorongan untuk mengurangi interaksi langsung selama pandemi Covid-19 telah mengutamakan digitalisasi dan otomatisasi. Yang kedua, sejak awal sekali pandemi berlangsung, digitalisasi dan otomatisasi telah diupayakan untuk dipercepat sebagian karena adopsi tersebut membantu mengurangi kebutuhan akan kontak fisik. Krisis pandemi Covid-19 yang melanda skala global, telah menyebabkan percepatan transformasi digital

lebih lanjut secara global (Kirana Lalita Pristy, 2021) Percepatan transformasi digital juga merambah ke industri perbankan dan bagaimana masyarakat melakukan transaksi perbankan. Kalau sebelumnya transaksi perbankan dilakukan secara manual, sekarang ini berkembang inovasi baru dimana teknologi pembayaran dapat dilakukan secara non-tunai (cashless). Dengan teknologi terbaru ini, seluruh orang dapat bertransaksi tanpa menggunakan uang fisik (tunai), namun dengan bantuan jaringan Internet, kita sudah dapat menggunakan kartu Debit, Credit Card, GoPay, OVO, ShopeePay, dan lain-lain. Perkembangan ini sangat mempengaruhi orang-orang, terutama anak muda untuk beralih keteknologi cashless, oleh karena kepraktisan dan kemudahannya untuk dipakai. Peneliti mencoba untuk meneliti topik tentang perbedaan perilaku mahasiswa dengan orang tua terhadap metode pembayaran tunai dan cashless. Menurut *Kupperschmidt* (2000) dalam *Generasi-X-Y-Z* (2018) yang ditulis dalam parent.binus.ac.id, serta *ThoughtCo and Parents* yang dihimpun KONTAN.co.id tentang 6 generasi yang ada di masyarakat saat ini, disebutkan bahwa ada dua golongan yang berbeda. Mereka berbeda pola pikir, *personality*, cara pandang, etos kerja, dan lain-lain. Namun, perbedaan yang paling signifikan dari kedua golongan tersebut adalah penguasaan informasi dan teknologi. Kelompok mahasiswa, dapat digolongkan kedalam generasi Z, karena lahir pada saat internet sudah menjadi budaya global, sehingga kelompok mahasiswa cenderung dianggap lebih melek pada teknologi, suka hal-hal yang berbau teknologi, serta lebih mudah mengerti hal-hal yang berkaitan dengan teknologi. Sementara itu kelompok orang tua dianggap sebagai generasi X, yang lahir pada masa internet yang dapat diakses oleh segelintir orang saja. Oleh karena itu kelompok orang tua cenderung lebih gagap teknologi, sudah mengadopsi metode-metode lama sehingga relatif susah untuk berganti ke metode yang baru, dan lain-lainnya. Oleh karena perbedaan yang cukup signifikan tersebut, pada kesempatan ini peneliti ingin melakukan penelitian mengenai perbedaan preferensi mahasiswa dengan orang tua terhadap metode pembayaran tunai dan cashless yang tentunya membawa pengaruh pada perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk atau jasa. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di

atas, maka ditetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Apakah mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibandingkan orangtua?
2. Apakah didapati perbedaan frekuensi penggunaan metode pembayaran tunai antara mahasiswa dan orang tua?

TELAAH LITERATUR

Teknologi dimulai dengan sistem analog di mana sinyal dan suaranya direkam kemudian diputar dalam bentuk aslinya. Ketika sepotong data direkam seperti suara atau video, informasi tersebut direkam dan kemudian ditampilkan persis seperti adanya (Elias, 2021). Kehadiran inovasi dan perkembangan ilmu pengetahuan menyebabkan pergeseran menuju sistem digital. Sistem digital adalah teknologi yang jauh lebih fleksibel, di mana data atau informasi disimpan dalam bentuk bilangan biner yang memungkinkan informasi ditampilkan dalam berbagai cara. Saat ini teknologi digital sudah menjadi hal yang lumrah bagi kebanyakan barang elektronik canggih, seperti komputer dan smartphone yang hanya mengandalkan tampilan digital. Tingkat fleksibilitas dan manipulasi yang lebih tinggi memungkinkan tampilan yang lebih canggih di mana bilangan biner dapat diskalakan, diedit, dan disimpan dalam berbagai cara, memberi individu kontrol total atas data (History Computer, 2021). Faktor fleksibilitas yang diberikan oleh teknologi digital menjadikannya sebagai teknologi yang sering digunakan saat ini. Kebutuhan manusia di dunia teknologi juga semakin meningkat, terbukti dengan hadirnya berbagai inovasi berupa aplikasi dan software pada komputer dan smartphone. Penggunaan teknologi digital berkembang pesat dan masyarakat terlibat dalam berbagai aktivitas yang membutuhkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari yang paling sederhana membuka ponsel untuk melihat pesan, berita, atau media, seseorang sudah terhubung secara digital dengan informasi di sekitarnya. Ranah komunikasi, khususnya di media sosial sebagai salah satu pemanfaatan teknologi digital, memungkinkan individu untuk berjejaring dengan orang, blogging, berbagi informasi berupa foto dan video, serta

memanfaatkan berbagai aplikasi media sosial untuk menjaring peluang karir (Dollarhide, 2021). Kemajuan digital yang hadir dalam bentuk aplikasi dan perangkat lunak juga telah merambah ke industri perbankan dan bagaimana masyarakat melakukan transaksi perbankan. Seiring dengan terjadinya pandemi COVID-19, banyak bank di dunia maupun di Indonesia juga memanfaatkan kesempatan ini untuk mempertahankan loyalitas dengan mengubah dan meningkatkan layanannya dengan memanfaatkan teknologi pada mobile banking pribadi nasabahnya (The Jakarta Post, 2022). Perubahan dipicu oleh revolusi digital seperti transaksi yang dilakukan masyarakat beralih ke pembayaran elektronik. Orang melakukan transaksi online di platform digital hanya dengan satu klik dari ponsel mereka. Perubahan perilaku ini menuntut metode pembayaran yang lebih mobile, cepat, dan aman (Bank Indonesia, 2019). Dalam lingkup organisasi, teknologi digital dapat membantu upaya pemasaran karena teknologi dapat mengumpulkan data mengenai kebutuhan konsumen secara real-time dan secara otomatis menyesuaikan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut (Sun, 2021). Pemasaran kepada konsumen melalui internet memiliki banyak keuntungan bagi pemasar. Hal ini memungkinkan para pemasar menawarkan produk dan jasa dalam kurun waktu 24 jam sehari, 7 hari seminggu dan 365 hari setahun. Dengan demikian memungkinkan bagi produk dan jasa untuk ditawarkan secara global dengan efisien. Efisiensi biaya dimungkinkan karena tidak diperlukannya ruang penyimpanan, katalog kertas, dan tenaga penjual efisien. Pemasaran melalui internet memungkinkan pemasar membangun hubungan personal dengan konsumen dan membangun basis data konsumen untuk melakukan penelitian konsumen secara online. (J. Paul Peter & Jerry C. Olson, 2013). Para pemasar mulai mengenali potensi *e-marketing* atau pemasaran melalui internet mengubah cara konsumen berbelanja. Dengan kata lain pengetahuan tentang pola belanja konsumen diperlukan untuk mengembangkan strategi pemasaran secara elektronik dan meningkatkan pentingnya riset terhadap perilaku konsumen. (J. Paul Peter & Jerry C. Olson, 2013). Perilaku konsumen (*consumer behaviour*) adalah dinamika interaksi antara pengaruh, dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia

melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Dengan kata lain, perilaku konsumen melibatkan pikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Hal itu juga mencakup segala hal pada lingkungan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan dan tindakan, termasuk komentar konsumen, iklan, informasi harga, pengepakan, penampilan produk, blogs, dan lainnya. Perilaku konsumen bersifat dinamis, melibatkan interaksi dan pertukaran yang sangat penting untuk dikenali (J. Paul Peter & Jerry C. Olson, 2013).

METODOLOGI PENELITIAN

Data dikumpulkan menggunakan teknik pengambilan sampel *Convenience Sampling* yang tergolong *Non Probability Sampling* (Sugiarto, 2022). Pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik komunikasi melalui pelaksanaan survei menggunakan *Google Form* dengan menyebarkan *link* (Sugiarto, 2022). Data yang diperoleh dikelola dalam tabel Excel yang selanjutnya akan diolah menggunakan software Rstat (Sugiarto & Hongyanto Setio, 2020). Dari 100 responden yang mengisi kuesioner, 52 orang merupakan responden laki-laki dan 48 orang merupakan perempuan, dimana didalamnya terdiri dari 68 mahasiswa yakni 32 mahasiswa laki-laki dan 36 mahasiswa perempuan, serta 32 orang tua yang terdiri dari 12 orang ibu-ibu dan 20 orang bapak-bapak. Rata-rata responden yang mengisi survey tinggal di daerah JaBoDeTaBek. Hipotesis penelitian merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari kerangka teori atau dari tujuan penelitian dan merupakan jawaban sementara dari masalah yang diteliti yang dirumuskan untuk diuji secara empiris (Sugiarto, 2022). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis terhadap penggunaan *cashless*

H₀: $\mu_1 \geq \mu_2$

Hipotesis null : Mahasiswa tidak lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibandingkan orang tua

H₁: $\mu_1 < \mu_2$

Hipotesis alternatif : Mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibanding orang tua

2. Hipotesis terhadap penggunaan tunai

H₀: $\mu_1 \leq \mu_2$

Hipotesis null : Mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran tunai dibanding orang tua

H₁ : $\mu_1 > \mu_2$

Hipotesis alternatif : Mahasiswa tidak lebih sering menggunakan metode pembayarantunai dibanding orang tua

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengolahan Data dalam bentuk statistik deskriptif ditampilkan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

	<u>Mahasiswa</u>	<u>Orang tua</u>
Mean frekuensi penggunaan metode <i>Cashless</i>	7.3088	5.6875
Mean frekuensi penggunaan metode tunai mahasiswa	5.5294	7.5
Variance frekuensi penggunaan metode <i>cashless</i>	5.7988	5.3185
Variance frekuensi penggunaan metode tunai	7.0587	3.4193
Standard deviation frekuensi penggunaan metode <i>cashless</i>	2.4080	2.3062
Standard deviation frekuensi penggunaan metode tunai	2.6568	1.8491
Median frekuensi penggunaan metode <i>cashless</i>	8	5.5
Median frekuensi penggunaan metode tunai	5	8
Modus frekuensi penggunaan metode <i>cashless</i>	8	5
Modus frekuensi penggunaan metode tunai	5	9
Interquartile Range frekuensi penggunaan metode <i>cashless</i>	3	4
Interquartile Range frekuensi penggunaan metode tunai	5	3

Hasil Pengolahan Data Menggunakan perangkat lunak R-Stat ditampilkan sebagai

berikut:Mahasiswa

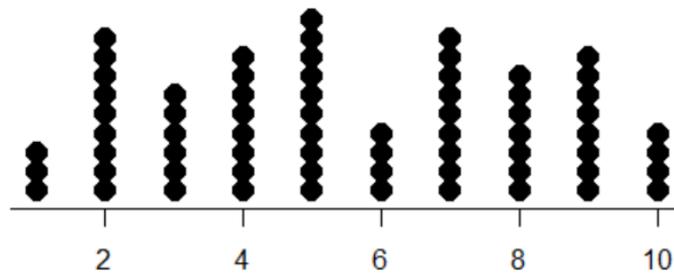
Tabel 2 Frequency Distribution

Metode.yang.paling.serang.andagunakan	
Cashless (CC/Debit, Fintech)	Tunai (Cash)
49	19
percentages:	
Metode.yang.paling.serang.andagunakan	
Cashless (CC/Debit, Fintech)	Tunai (Cash)
72.06	27.94

Dot Plot

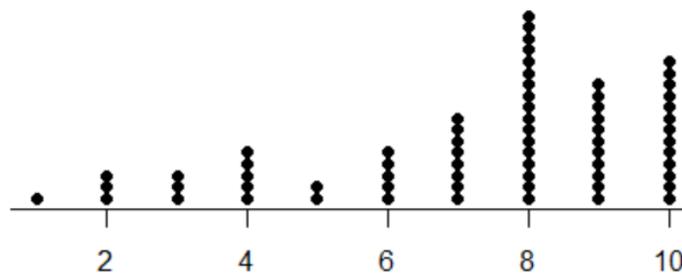
Dot Plot mengenai seberapa sering mahasiswa menggunakan metode tunai dalam seminggu.

Gambar 1 Dot Plot



Dot Plot mengenai seberapa sering mahasiswa menggunakan metode cashless dalam seminggu.

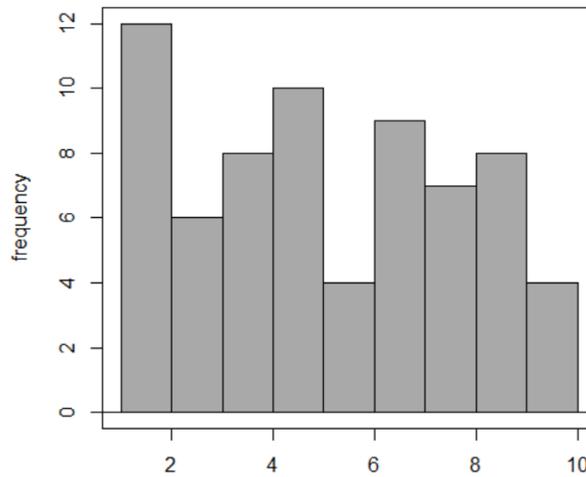
Gambar 2 Dot Plot



Histogram

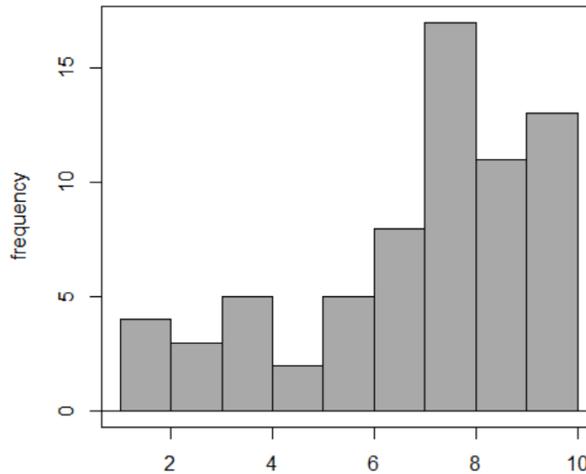
Histogram mengenai seberapa sering mahasiswa menggunakan metode pembayaran tunai.

Gambar 3 Histogram



Histogram mengenai seberapa sering mahasiswa menggunakan metode pembayaran *cashless*.

Gambar 4 Histogram

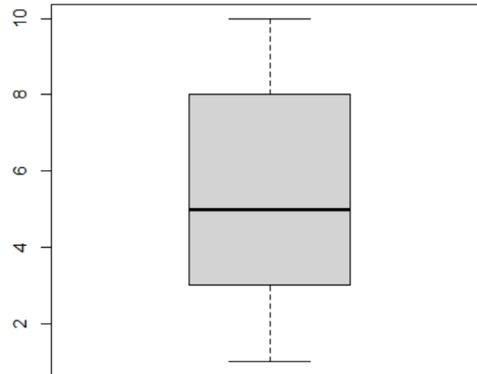


Box Plot

Box Plot mengenai seberapa sering mahasiswa menggunakan metode pembayaran

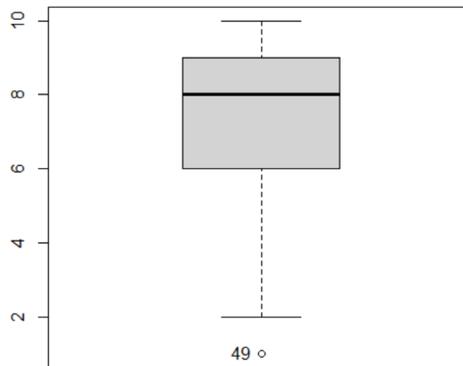
tunai.

Gambar 5 Box Plot



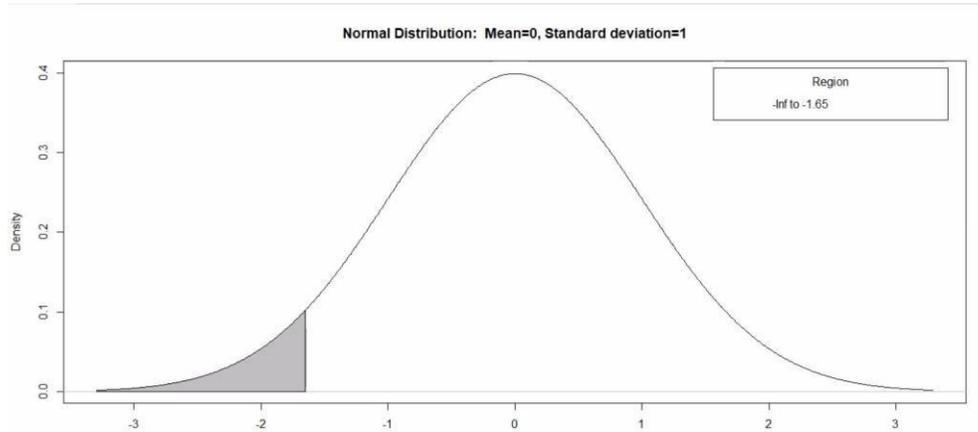
Box Plot mengenai seberapa sering mahasiswa menggunakan metode pembayaran *cashless*.

Gambar 6 Box Plot



- **Normal Distribution**
Level of confidence = 95%

Gambar 7 Distribusi Normal



Tabel 3 Orang Tua Frequency Distribution

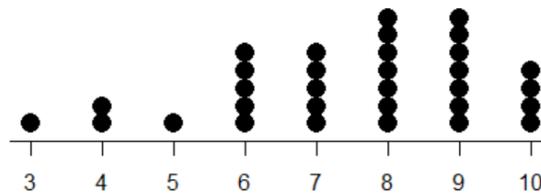
```
counts:
Metode.yang.paling.serang.andagunakan
Cashless (CC/Debit, Fintech)           Tunai (Cash)
                                13                    19

percentages:
Metode.yang.paling.serang.andagunakan
Cashless (CC/Debit, Fintech)           Tunai (Cash)
                                40.62                59.38
```

Dot Plot

Dot Plot mengenai seberapa sering Orang Tua menggunakan metode tunai dalam seminggu.

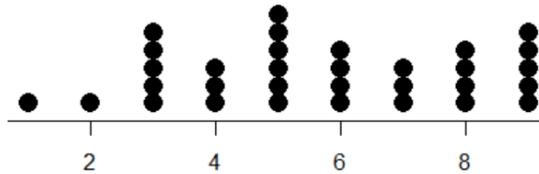
Gambar 8 Dot Plot



Dot Plot mengenai seberapa sering Orang Tua menggunakan metode *cashless*

dalam seminggu.

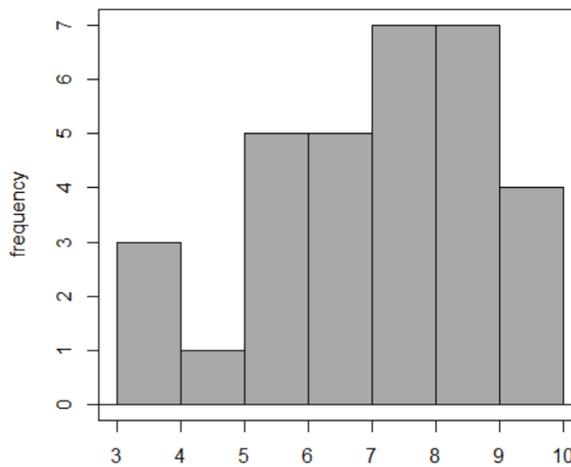
Gambar 9 Dot Plot



Histogram

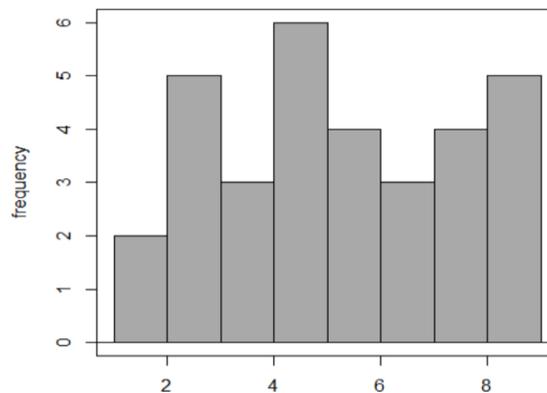
Histogram mengenai seberapa sering orang tua menggunakan metode pembayaran tunai.

Gambar 10 Histogram



Histogram mengenai seberapa sering orang tua menggunakan metode pembayaran *Cashless*

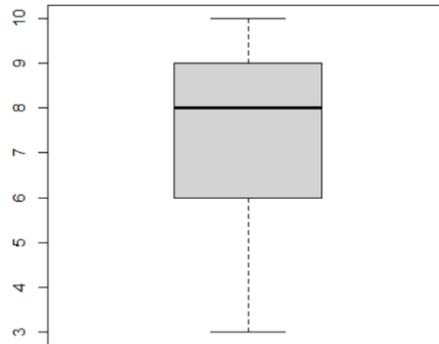
Gambar 11 Histogram



Box Plot

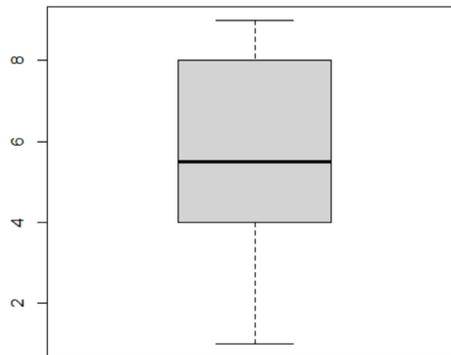
Box Plot mengenai seberapa sering orang tua menggunakan metode pembayaran tunai

Gambar 12 Box Plot



Box Plot mengenai seberapa sering orang tua menggunakan metode pembayaran *cashless*.

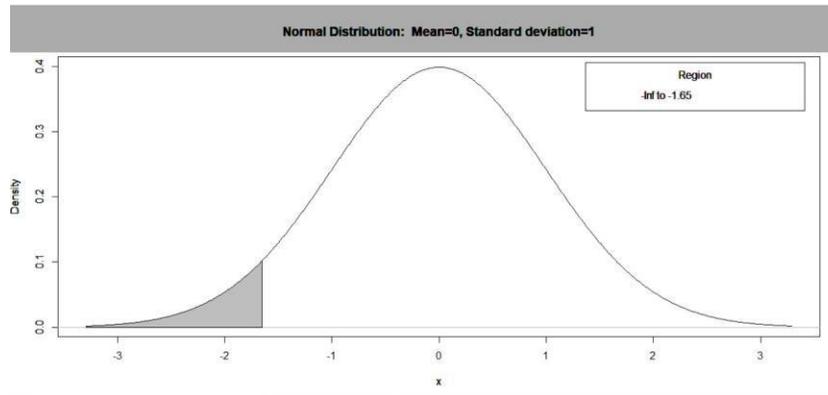
Gambar 13 Histogram



Normal Distribution

Level of Confidence = 95%

Gambar 14 Distribusi Normal



Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah adanya perbedaan antara standard deviation dalam penggunaan *cash payment* antara orang tua dan mahasiswa, maka peneliti melakukan *test of equal variance*. Dimana apabila terdapat perbedaan, maka peneliti dapat meneliti lebih lanjut dengan metode *two sample test* dan mencari tahu apakah benar bahwa orang tua lebih sering melakukan pembayaran dengan *cash payment*, jika dibandingkan dengan mahasiswa. Hipotesis nol dan hipotesis alternatif dengan menggunakan Significance Level (α) = 0.05 adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_1 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

σ_1 : standar deviasi frekuensi orang tua menggunakan metode pembayaran tunai dalam seminggu

σ_2 : standar deviasi frekuensi mahasiswa menggunakan metode pembayaran tunai dalam seminggu

Didapat nilai F hitung 2.0644 sedangkan nilai F tabel adalah 1.907, dengan demikian disimpulkan H_0 ditolak karena nilai F hitung (2.0644) lebih besar dari nilai F tabel (1.907). Maka diasumsikan terdapat perbedaan dalam variasi frekuensi penggunaan metode pembayaran tunai antara orang tua dan mahasiswa. Melalui pengujian two sample test hypothesis, peneliti ingin meneliti terkait apakah terdapat perbedaan frekuensi mahasiswa dengan orang tua dalam menggunakan metode pembayaran *cashless*. Asumsi kami adalah mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibandingkan dengan orang tua. H_0 = Mahasiswa tidak lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibanding orang tua

H_1 = Mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibanding orang tua

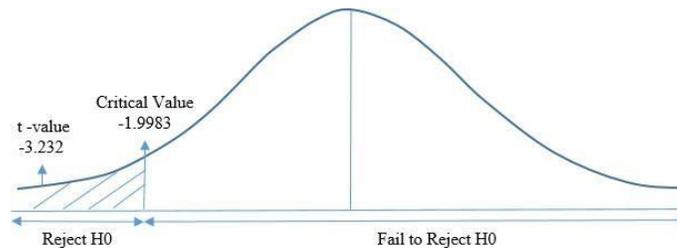
Hipotesis tersebut dinyatakan sebagai berikut, dan diuji menggunakan Significance Level (α) = 0.05 : $\mu_1 \geq \mu_2$ H_1 : $\mu_1 < \mu_2$

μ_1 = jumlah frekuensi orang tua menggunakan metode pembayaran *cashless* dalam seminggu

μ_2 = jumlah frekuensi mahasiswa menggunakan metode pembayaran *cashless* dalam seminggu

Sebagai metode pengujian digunakan One tailed - unpooled t-test Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan didapatkan hasil berupa t-value sebesar -3.232 lebih kecil daripada critical value dengan $df = 63.2691 = 63$ dengan nilai -1.9983. Dengan demikian karena $-3.232 < -1.998$, maka hasilnya adalah menolak hipotesis nol.

Gambar 15 hasil ringkasan



Hypothesis (H_0) : maka dapat dibuktikan bahwa mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibanding orang tua. Mengetahui bahwa mahasiswa tidak lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* daripada orang tua, peneliti juga melakukan penelitian terkait apakah terdapat perbedaan frekuensi dalam penggunaan metode pembayaran tunai antara mahasiswa dan orang tua. Asumsi kami adalah mahasiswa tidak lebih sering menggunakan metode pembayaran tunai daripada orang tua. H_0 = Mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran tunai dibanding orangtua

H_1 = Mahasiswa tidak lebih sering menggunakan metode pembayaran tunai dibanding orang tua Hipotesis tersebut dinyatakan sebagai berikut, dan diuji menggunakan Significance Level (α) = 0.05

$$H_0 : \mu_1 \leq \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 > \mu_2$$

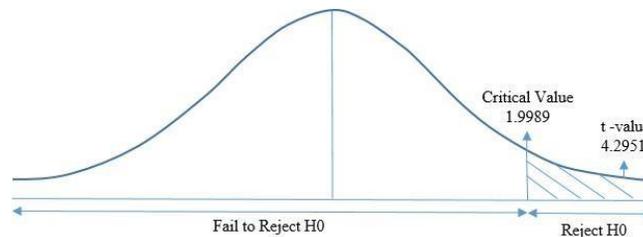
μ_1 = jumlah frekuensi orang tua menggunakan metode pembayaran tunai dalam seminggu

μ_2 = jumlah frekuensi mahasiswa menggunakan metode pembayaran tunai dalam seminggu

Metode pengujian menggunakan One tailed - unpooled t-test. Dengan $df = 83.8512 = 83$ didapat critical value = 1.9989. Nilai t hitung didapat sebesar 4.2951 Melalui hasil

perhitungan yang telah dilakukan didapatkan hasil berupa *t-value* lebih besar daripada *critical value* ($4.2951 > 1.9989$), maka hasilnya adalah menolak hipotesis nol.

Gambar 16 hasil ringkasan



Dengan demikian dapat dibuktikan bahwa orang tua lebih sering menggunakan metode pembayaran tunai dibandingkan mahasiswa. Berdasarkan pengujian terhadap hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* daripada orang tua. Hal ini disebabkan adanya perbedaan perilaku antara kedua golongan tersebut. Mahasiswa yang termasuk generasi z, sudah sejak lahir hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi. Karena metode pembayaran *cashless* seringkali berbasis dengan *fintech*, maka mahasiswa akan lebih mudah mengerti, namun dibutuhkan waktu yang lebih bagi orang tua agar terbiasa dalam menggunakannya. Disisi lain, melalui hipotesis kedua menunjukkan bahwa orang tua lebih sering menggunakan metode pembayaran secara tunai daripada mahasiswa. Seperti yang diketahui, penggunaan sistem pembayaran secara tunai dengan uang kertas telah berlaku sejak lama. Hal ini menyebabkan para orang tua lebih nyaman dan terbiasa menggunakan metode pembayaran secara tunai daripada metode pembayaran *cashless*. Hasil penelitian IMR pada Millennial Report 2019 yang memotret pola perilaku, sikap dan minat millennial di Indonesia khususnya perilaku dalam hal keuangan saat mereka melakukan transaksi bahwa mereka memilih gaya hidup *cashless society*. Para millennial mengandalkan gadget untuk bertransaksi, mereka lebih memilih menggunakan system pembayaran non tunai menggunakan kartu debit, kartu kredit, hingga transaksi menggunakan system teknologi perbankan seperti *e-money* atau *e-wallet*. Bahkan ketika membeli barang-barang yang membutuhkan pengecekan khusus, mereka memilih

untuk melakukan transaksi *Cash on Delivery (COD)* untuk memastikan barang yang dibeli tidak mengecewakan.

SIMPULAN

Temuan penelitian mendapati bahwa mahasiswa lebih sering menggunakan metode pembayaran *cashless* dibandingkan dengan orang tua dan orang tua lebih sering menggunakan metode pembayaran tunai dibandingkan mahasiswa. Mempertimbangkan bahwa kemajuan teknologi akan semakin cepat di masa mendatang menurut hemat peneliti, sebaiknya orang tua juga belajar menyesuaikan perkembangan teknologi digital khususnya teknologi perbankan yang berkembang sekarang ini. Meningkatkan penggunaan metode pembayaran non tunai (*cashless*) terutama di masa pasca pandemi, guna mencegah penularan virus Corona Covid-19 berlanjut atau sebagai bentuk mitigasi wabah virus Corona. Sisi lain hidup berdampingan, mengikuti arus perkembangan teknologi digital khususnya perbankan, mengingat perilaku konsumen pasca pandemi dinilai akan berubah dengan mengedepankan teknologi dalam bersosialisasi, mulai dari gaya hidup, interaksi sosial, jasa keuangan, dan peramuda kebutuhan konsumen serta bidang kesehatan yang sudah memanfaatkan digital sistem.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. (2019). *Innovation for Integration of Digital Economy & Finance*. Economic Report. Retrieved from <https://www.bi.go.id>
- Britannica. (2022, April 7). *Technology*. Retrieved from Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/technology/technology>
- Dollarhide, M. (2021, August 31). *Social Media*. Retrieved from investopedia.com: <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>
- Elias, R. (2021, February 13). *What's the Difference Between Analog and Gigital?* Retrieved from flanners.com: <https://www.flanners.com/blog/whats-the-difference-between-analog-digital-2021>

- History Computer . (2021, October 28). *Analog vs Digital - Full Comparison* . Retrieved from history-computer.com: <https://history-computer.com/analog-vs-digital/>
- <https://parent.binus.ac.id/wp-content/uploads/2018/11/Generasi-X-Y-Z.pdf>
<https://lifestyle.kontan.co.id/news/ini-6-generasi-yang-ada-di-masyarakat-ada-generasi-x- milenial-z-apa-artinya?page=all>
<https://www.idntimes.com/business/economy/ananta-fitri/survei-ims-2019-millennial-pilih-hidup-cashless/1>
- Kirana Lalita Pristy (2022). *Pandemi Covid-19 dan Dampaknya Terhadap Ekonomi Digital*, <https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-covid-19-dan-dampaknya-terhadap-ekonomi-digital>
- Paul Peter J & Olson Jerry C. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (2014: Edisi 9-Buku 1), Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiarto. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis, edisi 2*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiarto & Hongyanto Setio. (2020). *Statistika Deskriptif & Konsep Peluang, Aplikasi R-Stat*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sun, M. (2021, June 16). *How Social Media and Digital Technology Are Changing The Way Companies #Brand*. Retrieved from Insights@Questrom: <https://insights.bu.edu/how-social-media-and-digital-technology-are-changing-the-way-companies-brand/>
- The Jakarta Post. (2022, January 25). *The Prospect and Challenges of Digitalization in the Banking Industry*. Retrieved from The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/opinion/2022/01/24/the-prospect-and-challenges-of-digitalization-in-the-banking-industry.html>