

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang telah menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jumlah penggunaan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang menggunakan ketiga *e-wallet* (Gopay, DANA, dan OVO) di Indonesia.

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	37	33,6
2	Perempuan	73	66,4
	Total	110	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Bersadarkan tabel 4.1 di atas terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 37 responden (33,6%) dan yang berjenis kelamin perempuan 73 responden (66,4%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi dengan jenis kelamin perempuan.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	17 – 20 Tahun	4	3,6
2	21 – 24 Tahun	78	70,9
3	25 – 28 Tahun	28	25,5
	Total	110	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 di atas bahwa proporsi paling besar adalah dari responden berusia 21 sampai 24 tahun yaitu sebanyak 78 responden (70,9%), responden berusia 25 – 28 tahun berjumlah 28 responden (25,5%). Kemudian proporsi paling sedikit adalah responden berusia 17 – 20 tahun sebanyak 4 responden (3,6%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden berusia 21 – 24 tahun.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	D3	11	10,0
2	S1	28	25,5
3	SMA	71	64,5
	Total	110	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.3 di atas bahwa proporsi paling besar adalah responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 71 responden (64,5%), responden dengan pendidikan terakhir S1 sebanyak 28 responden

(25,5%). Kemudian proporsi paling sedikit adalah responden pendidikan akhir D3 berjumlah 11 responden (10,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjadi sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan pendidikan terakhir SMA.

4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Bidan	1	0,9
2	Karyawan	4	3,6
3	Mahasiswa	62	56,4
4	PNS	10	9,1
5	Pelajar	1	0,9
6	Wiraswasta	32	28,8
	Total	110	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.4 di atas bahwa proporsi paling besar adalah dari responden dengan pekerjaan mahasiswa sebanyak 62 responden (56,4%). Responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 32 responden (28,8%), dan responden dengan pekerjaan pegawai negeri berjumlah 10 responden (9,1%). Kemudian responden dengan pekerjaan karyawan sejumlah 4 responden (3,6%) dan responden yang bekerja sebagai bidan, dan pelajar masing-masing 1 responden (0,9). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjadi sampel dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik pekerjaan adalah mahasiswa.

4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	<1.000.000	25	22,7
2	1.000.000 – 2.000.000	31	25,5
3	3.000.000 – 5.000.000	26	28,2
4	>5.000.000	28	23,6
	Total	110	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas bahwa proporsi paling besar adalah responden yang memiliki pendapatan 1.000.000 – 2.000.000 sebanyak 31 responden (25,5%), responden yang berpendapatan >5.000.000 sebanyak 28 responden (23,6%), dan responden dengan pendapatan 3.000.000 – 5.000.000 sejumlah 26 responden (28,2%). Kemudian proporsi paling sedikit adalah responden dengan pendapatan <1.000.000 sejumlah 25 responden (22,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan pendapatan 1.000.000 – 2.000.000.

4.1.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Transaksi

Tabel 4. 6

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Transaksi

No	Jumlah Penggunaan Transaksi	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	<3 kali dalam seminggu	22	20,0
2	3 – 6 kali dalam seminggu	62	56,4
3	>7 kali dalam seminggu	26	23,6
	Total	110	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas bahwa proporsi paling besar adalah responden yang menggunakan 3- 6 kali dalam seminggu sebanyak 62 responden (56,4%), responden yang menggunakan >7 kali dalam seminggu sejumlah 26 responden (23,6%), kemudian proporsi paling sedikit adalah responden yang menggunakan <3 kali dalam seminggu sejumlah 22 responden (20,0%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang menggunakan 3 – 6 kali dalam seminggu.

4.1.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Transaksi

Tabel 4. 7

Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Transaksi

No	Penggunaan Transaksi	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Menggunakan transportasi online	91	19,0
2	Memesan makanan online	88	18,3
3	Belanja di e-commerce	85	17,7
4	Membayar tagihan	78	16,3
5	Membeli pulsa dan paket internet	74	15,4
6	Transaksi <i>e-money</i> kegiatan sehari-hari	31	6,4
7	Top up game online	17	3,6
8	Parkir	7	1,5
	Total	480	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Dari hasil tabel 4.7 di atas bahwa proporsi paling besar adalah penggunaan transaksi untuk menggunakan transportasi online sebanyak 91 responden (26,4%), responden yang menggunakan untuk memesan makanan online sebanyak 88 responden (18,3%). Selanjutnya

penggunaan transaksi untuk belanja di *e-commerce* sejumlah 85 responden (17,7%), membayar tagihan sebanyak 78 responden (16,3%), membeli pulsa dan paket internet sebanyak 74 responden (15,4%), transaksi *e-money* kegiatan sehari-hari sebanyak 31 responden (6,4%), top up game online sebanyak 17 responden (3,6%) dan proporsi paling sedikit adalah penggunaan transaksi untuk parkir sejumlah 7 responden (1,5%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak menjadi sampel dalam penelitian ini berdasarkan penggunaan transaksi adalah responden yang menggunakan untuk pembayaran transportasi online.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Riset Peta *Positioning E-wallet* di Indonesia

Riset peta *positioning* merupakan suatu penelitian dengan problem multidimensi. Riset ini akan menunjukkan bagaimana persepsi konsumen terhadap ketiga *e-wallet* di Indonesia, adanya kompetisi antar perusahaan *e-wallet* yang terdiri dari Gopay, Dana dan Ovo. Posisi nilai *e-wallet* tersebut bisa berubah sejalan dengan perubahan preferensi dan strategi pesaing. Untuk menetapkan posisi perusahaan *e-wallet* perlu dilakukan analisis *positioning*. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan penelitian perlu diketahui bagaimana persepsi tentang ketiga aplikasi *e-wallet* yang ada di Indonesia. Selain itu juga bagaimana konsumen Generasi Z membedakan atau membandingkan berdasarkan pernyataan-pernyataan pada atribut yang telah ditentukan antara lain *Perceived ease of use*, *Perceived usefulness*, *Trust*, *Promotion*, *Price*, *Perceived of risk*.

4.2.1.1 Peta *Positioning* Berdasarkan *Perceived ease of use*

Keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi *e-wallet* terkait dengan kemudahan yang diberikan. Pada analisis *multidimensional unfolding* dengan meliputi beberapa pernyataan yaitu, proses penggunaan mudah dipahami, penggunaan aplikasi mudah dimengerti, transaksi yang mudah

digunakan, kemudahan melakukan transaksi, fitur aplikasi mudah dipahami, sistem kerja aplikasi mudah digunakan, ketersediaan toko online maupun offline, kemudahan dalam pengisian saldo dengan menggunakan SPSS dan nilai dari penalty, yaitu $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$, terlihat pada tabel 4.8 dan 4.9 bahwa algoritma konvergen setelah iterasi ke 969 dengan nilai stress 0,2521 yang berarti penyelesaian sesuai dengan data. Selanjutnya nilai *Variasi Proximities* adalah ,3773871 dan nilai *Variation Transformed Proximities* 0,5081016, ini berarti nilai *Variasi Proximities* transformasi hampir sama dengan nilai *Variasi Proximities* yang asli. Kemudian nilai *sum of square of DeSarbo's Intermixedness Indices* adalah 2,2194538 yang berarti penyelesaian titik-titik dari himpunan yang berbeda jauh lebih baik dan nilai *Shepard's Rough Nondegeneracy Index* adalah 0,7083333.

Tabel 4. 8

Nilai Stress dengan $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$

History of Iterations				
Iteration	Penalized Stress	Difference	Stress	Penalty
0	,8599401		,3715182	1,9904734
969	,6840112	7E-7 ^a	,2521927	1,8552139

a. Difference in consecutive penalized Stress values less than the DIFFSTRESS criterion.

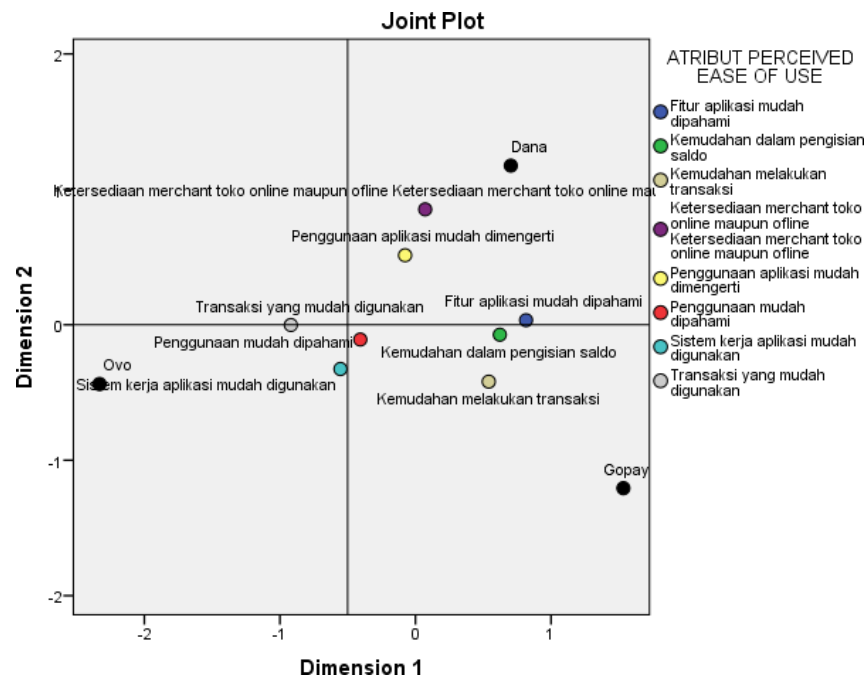
Tabel 4. 9

Ukuran-ukuran dalam MDU dengan $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$

Measures		
Iterations		969
Final Function Value		,6840112
Function Value Parts	Stress Part	,2521927
	Penalty Part	1,8552139
	Normalized Stress	,0634540
Badness of Fit	Kruskal's Stress-I	,2519008
	Kruskal's Stress-II	1,6247912
	Young's S-Stress-I	,4017801

Goodness of Fit	Young's S-Stress-II	,7199546
	Dispersion Accounted For	,9365460
	Variance Accounted For	,4215968
	Recovered Preference Orders	,7564394
	Spearman's Rho	,5532662
Variation Coefficients	Kendall's Tau-b	,4994674
	Variation Proximities	,3773871
	Variation Transformed Proximities	,5081016
	Variation Distances	,3445548
Degeneracy Indices	Sum-of-Squares of DeSarbo's Intermixedness Indices	2,2194538
	Shepard's Rough Nondegeneracy Index	,7083333

Selanjutnya dihasilkan gambar berupa *joint plot* pada analisis MDU guna mengukur preferensi konsumen pada tiga objek penelitian yaitu *e-wallet* Gopay, Dana, dan Ovo. Berikut hasil gambar *joint plot* pada analisis MDU:



Gambar 4. 1

Peta Positioning Berdasarkan Pernyataan Atribut Perceived ease of use

Berdasarkan gambar 4.1 hasil analisa statistik menggunakan MDU yang bertujuan untuk melihat preferensi konsumen terkait dengan sebuah objek penelitian yaitu tiga *e-wallet* diantaranya Gopay, Dana dan Ovo berdasarkan atribut *perceived ease of use* dengan delapan pernyataan pada atribut tersebut didapatkan preferensi konsumen pada ketiga objek tersebut masing-masing sebagai berikut :

1. Gopay dengan preferensi konsumen pada pernyataan : kemudahan melakukan transaksi, kemudahan dalam pengisian saldo, dan penggunaan mudah dipahami.
2. Dana dengan preferensi konsumen pada pernyataan : ketersediaan merchant toko online dan offline, penggunaan aplikasi mudah dimengerti, dan fitur aplikasi mudah dipahami.
3. Ovo dengan preferensi konsumen pada pernyataan : transaksi yang mudah digunakan dan sistem kerja aplikasi mudah digunakan.

4.2.1.2 Peta Positioning Berdasarkan Perceived usefulness

Keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi *e-wallet* terkait dengan kemudahan yang diberikan. Pada analisis *multidimensional unfolding* dengan meliputi beberapa pernyataan yaitu proses transaksi dapat diakses kapanpun dan dimanapun, transaksi menjadi lebih cepat, penggunaan menambah tingkat produktivitas, penggunaan menghemat waktu dalam transaksi, transaksi keuangan menjadi lebih efektif dan praktis, sistem layanan yang lengkap sesuai dengan kebutuhan, fitur dan layanan yang bermanfaat, dan fitur pada aplikasi meningkatkan efektivitas dengan menggunakan SPSS dan nilai dari penalty, yaitu $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$, terlihat pada tabel 4.10 dan 4.11 bahwa algoritma konvergen setelah iterasi ke 969 dengan nilai stress 0,2521, yang berarti penyelesaian sesuai dengan data. Selanjutnya nilai *Variasi Proximities* adalah 0,3773871 dan nilai *Variation Transformed Proximities* 0,5081016, ini berarti nilai *Variasi Proximities* transformasi hampir sama dengan nilai *Variasi Proximities* yang asli. Kemudian nilai *sum of square of DeSarbo's*

Intermixedness Indices adalah 2,2194538 yang berarti penyelesaian titik-titik dari himpunan yang berbeda jauh lebih baik dan nilai *Shepard's Rough Nondegeneracy Index* adalah 0,7083333.

Tabel 4. 10
Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0

History of Iterations				
Iteration	Penalized Stress	Difference	Stress	Penalty
0	,8599401		,3715182	1,9904734
969	,6840112	7E-7 ^a	,2521927	1,8552139

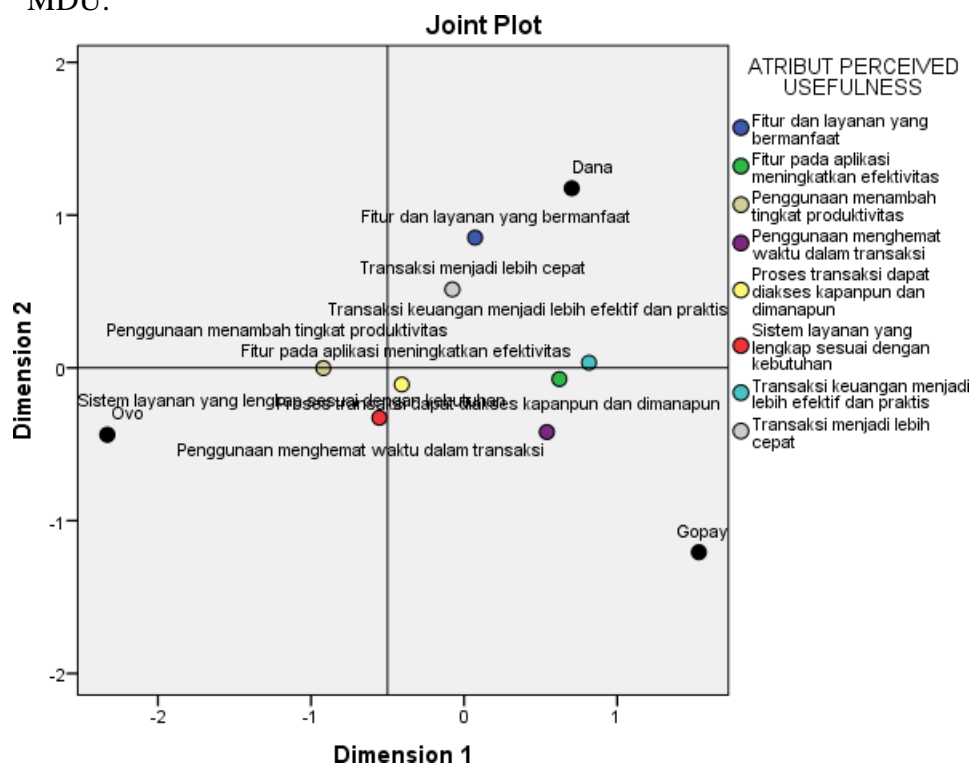
a. Difference in consecutive penalized Stress values less than the DIFFSTRESS criterion.

Tabel 4. 11
Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0

Measures		
Iterations		969
Final Function Value		,6840112
Function Value Parts	Stress Part	,2521927
	Penalty Part	1,8552139
Badness of Fit	Normalized Stress	,0634540
	Kruskal's Stress-I	,2519008
	Kruskal's Stress-II	1,6247912
	Young's S-Stress-I	,4017801
	Young's S-Stress-II	,7199546
	Dispersion Accounted For	,9365460
Goodness of Fit	Variance Accounted For	,4215968
	Recovered Preference	,7564394
	Orders	
	Spearman's Rho	,5532662
Variation Coefficients	Kendall's Tau-b	,4994674
	Variation Proximities	,3773871
	Variation Transformed Proximities	,5081016
	Variation Distances	,3445548

Degeneracy Indices	Sum-of-Squares of	2,2194538
	DeSarbo's Intermixedness	
	Indices	
	Shepard's Rough	
	Nondegeneracy Index	,7083333

Selanjutnya dihasilkan gambar berupa *joint plot* pada analisis MDU guna mengukur preferensi konsumen pada tiga objek penelitian yaitu *e-wallet* Gopay, Dana, dan Ovo. Berikut hasil gambar *joint plot* pada analisis MDU:



Gambar 4. 2

Peta Positioning Berdasarkan Pernyataan Atribut Perceived usefulness

Berdasarkan gambar 4.2 hasil analisa statistik menggunakan MDU yang bertujuan untuk melihat preferensi konsumen terkait dengan sebuah objek penelitian yaitu tiga *e-wallet* diantaranya Gopay, Dana dan Ovo berdasarkan atribut *perceived usefulness* dengan delapan pernyataan pada atribut tersebut didapatkan preferensi konsumen pada ketiga objek tersebut masing-masing sebagai berikut :

1. Gopay dengan preferensi konsumen pada pernyataan : proses transaksi dapat diakses kapanpun dan dimanapun, penggunaan menghemat waktu dalam transaksi, dan fitur pada aplikasi meningkatkan efektifitas.
2. Dana dengan preferensi konsumen pada pernyataan : fitur dan layananyang bermanfaat, transaksi menjadi lebih cepat, dan transaksi keuangan menjadi lebih efektif dan praktis.
3. Ovo dengan preferensi konsumen pernyataan : sistem layanan yang lengkap sesuai kebutuhan, dan penggunaan menambah produktifitas.

4.2.1.3 Peta *Positioning* Berdasarkan *Trust*

Keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi *e-wallet* terkait dengan kepercayaan yang diberikan. Pada analisis *multidimensional unfolding* dengan meliputi beberapa pernyataan yaitu dipercaya dalam melakukan transaksi, didukung jaminan integritas data dan transaksi yang aman, mampu melakukan transaksi seperti yang diharapkan, mampu memenuhi kebutuhan pengguna, bertanggungjawab ketika terjadi masalah transaksi, dan *customer service* memberikan pelayanan dan informasi. Dengan menggunakan SPSS dan nilai dari penalty, yaitu $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$, terlihat pada tabel 4.12 dan 4.13 bahwa algoritma konvergen setelah iterasi ke 755 dengan nilai stress 0,2874, yang berarti penyelesaian sesuai dengan data. Selanjutnya nilai *Variasi Proximities* adalah 0,3780249 dan nilai *Variation Transformed Proximities* 0,5138281, ini berarti nilai *Variasi Proximities* transformasi hampir sama dengan nilai *Variasi Proximities* yang asli. Kemudian nilai *sum of square of DeSarbo's Intermixedness Indices* adalah 3,6336166 yang berarti penyelesaian titik-titik dari himpunan yang berbeda jauh lebih baik dan nilai *Shepard's Rough Nondegeneracy Index* adalah 0,8888889.

Tabel 4. 12
Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0

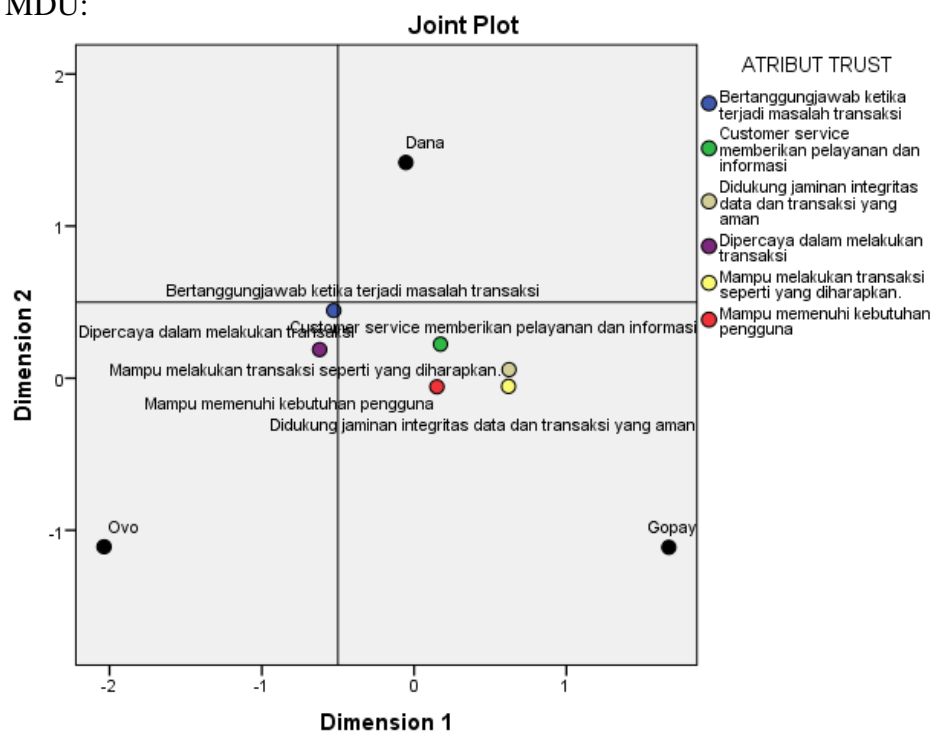
History of Iterations				
Iteration	Penalized Stress	Difference	Stress	Penalty
0	,9059833		,4115846	1,9942575
755	,7234420	7E-7 ^a	,2874186	1,8209271

a. Difference in consecutive penalized Stress values less than the DIFFSTRESS criterion.

Tabel 4. 13
Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0

Measures		
Iterations		755
Final Function Value		,7234420
Function Value Parts	Stress Part	,2874186
	Penalty Part	1,8209271
Badness of Fit	Normalized Stress	,0824654
	Kruskal's Stress-I	,2871680
	Kruskal's Stress-II	1,1146454
	Young's S-Stress-I	,4477459
Goodness of Fit	Young's S-Stress-II	,7710941
	Dispersion Accounted For	,9175346
	Variance Accounted For	,3992117
	Recovered Preference	,7671717
Variation Coefficients	Orders	
	Spearman's Rho	,5900883
	Kendall's Tau-b	,5586284
	Variation Proximities	,3780249
Degeneracy Indices	Variation Transformed Proximities	,5138281
	Variation Distances	,3007401
	Sum-of-Squares of DeSarbo's Intermixedness	3,6336166
	Indices	
	<i>Shepard's Rough</i>	,8888889
	<i>Nondegeneracy Index</i>	

Selanjutnya dihasilkan gambar berupa *joint plot* pada analisis MDU guna mengukur preferensi konsumen pada tiga objek penelitian yaitu *e-wallet* Gopay, Dana, dan Ovo. Berikut hasil gambar *joint plot* pada analisis MDU:



Gambar 4. 3

Peta *Positioning* Berdasarkan Pernyataan Atribut *Trust*

Berdasarkan gambar 4.3 hasil analisa statistik menggunakan MDU yang bertujuan untuk melihat preferensi konsumen terkait dengan sebuah objek penelitian yaitu tiga *e-wallet* diantaranya Gopay, Dana dan Ovo berdasarkan atribut *trust* dengan delapan pernyataan pada atribut tersebut didapatkan preferensi konsumen pada ketiga objek tersebut masing-masing sebagai berikut :

1. Gopay dengan preferensi konsumen pada pernyataan : mampu melakukan transaksi seperti yang diharapkan, didukung jaminan integritas data dan transaksi yang aman, mampu memenuhi kebutuhan pengguna, dan *customer service* memberikan pelayanan

- dan informasi.
2. Dana tidak memiliki preferensi pada pernyataan-pernyataan dari atribut *trust*.
 3. Ovo dengan preferensi konsumen pada titik pernyataan : dipercaya dalam melakukan transaksi, dan bertanggungjawab ketika terjadi masalah transaksi.

4.2.1.4 Peta *Positioning* Berdasarkan *Promotion*

Keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi *e-wallet* terkait dengan promosi yang diberikan dan ditampilkan. Pada analisis *multidimensional unfolding* dengan meliputi beberapa pernyataan yaitu menampilkan iklan melalui media sosial, iklan menarik perhatian, promo menimbulkan minat menggunakan, memberikan pelayanan dengan metode baru, menjadi sponsor di acara besar, memberikan pelayanan yang sangat baik, memberikan royalti kepada pengguna yang loyal, terdapat promosi pada event tahunan, melakukan promosi secara langsung, tersedia informasi *e-wallet* melalui internet. Dengan menggunakan SPSS dan nilai dari penalty, yaitu $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$, terlihat pada tabel 4.14 dan 4.15 bahwa algoritma konvergen setelah iterasi ke 1000 dengan nilai stress 0,2521927, yang berarti penyelesaian sesuai dengan data. Selanjutnya nilai *Variasi Proximities* adalah 0,3773871 dan nilai *Variation Transformed Proximities* 0,5081016, ini berarti nilai *Variasi Proximities* transformasi hampir sama dengan nilai *Variasi Proximities* yang asli. Kemudian nilai *sum of square of DeSarbo's Intermixedness Indices* adalah 2,2194538 yang berarti penyelesaian titik-titik dari himpunan yang berbeda jauh lebih baik dan nilai *Shepard's Rough Nondegeneracy Index* adalah 0,7083333.

Tabel 4. 14
Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0

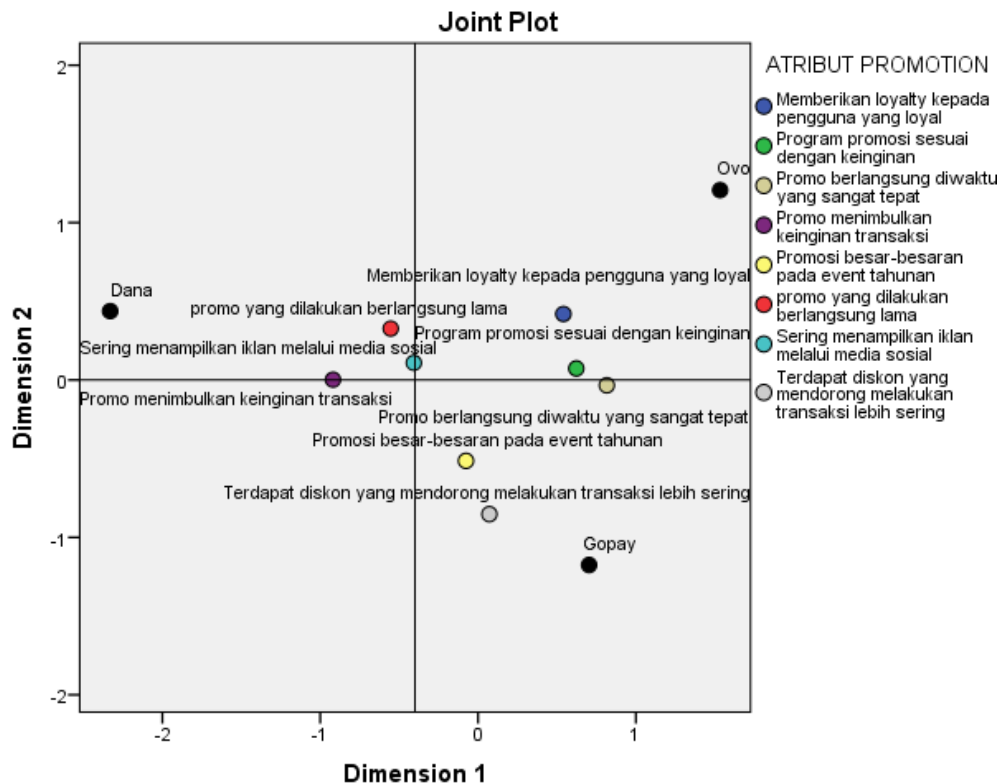
History of Iterations				
Iteration	Penalized Stress	Difference	Stress	Penalty
0	,8599401		,3715182	1,9904734
969	,6840112	7E-7 ^a	,2521927	1,8552139

a. Difference in consecutive penalized Stress values less than the DIFFSTRESS criterion.

Tabel 4. 15
Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0

Measures		
Iterations		969
Final Function Value		,6840112
Function Value Parts	Stress Part	,2521927
	Penalty Part	1,8552139
Badness of Fit	Normalized Stress	,0634540
	Kruskal's Stress-I	,2519008
	Kruskal's Stress-II	1,6247912
	Young's S-Stress-I	,4017801
	Young's S-Stress-II	,7199546
Goodness of Fit	Dispersion Accounted For	,9365460
	Variance Accounted For	,4215968
	Recovered Preference	,7564394
	Orders	
Variation Coefficients	Spearman's Rho	,5532662
	Kendall's Tau-b	,4994674
	Variation Proximities	,3773871
	Variation Transformed Proximities	,5081016
Degeneracy Indices	Variation Distances	,3445548
	Sum-of-Squares of	
	DeSarbo's Intermixedness	2,2194538
	Indices	
	<i>Shepard's Rough</i>	,7083333
	<i>Nondegeneracy Index</i>	

Selanjutnya dihasilkan gambar berupa *joint plot* pada analisis MDU guna mengukur preferensi konsumen pada tiga objek penelitian yaitu *e-wallet* Gopay, Dana, dan Ovo. Berikut hasil gambar *joint plot* pada analisis MDU:



Gambar 4. 4

Peta Positioning Berdasarkan Pernyataan Atribut Promotion

Berdasarkan gambar 4.4 hasil analisa statistik menggunakan MDU yang bertujuan untuk melihat preferensi konsumen terkait dengan sebuah objek penelitian yaitu tiga *e-wallet* diantaranya Gopay, Dana dan Ovo berdasarkan atribut *promotion* dengan delapan pernyataan pada atribut tersebut didapatkan preferensi konsumen pada ketiga objek tersebut masing-masing sebagai berikut :

1. Gopay menjadi preferensi konsumen pada pernyataan : promosi besar-besaran pada event tahunan, promo berlangsung diwaktu yang sangat tepat dan terdapat diskon yang mendorong melakukan transaksi lebih sering.
2. Dana menjadi preferensi konsumen pada pernyataan : sering menampilkan iklan melalui sosial media, promo yang dilakukan berlangsung lama, dan promo menimbulkan keinginan transaksi.
3. Ovo menjadi preferensi konsumen pada pernyataan : memberikan loyalty kepada pengguna yang loyal, dan program promosi sesuai dengan keinginan.

4.2.1.5 Peta *Positioning* Berdasarkan *Price*

Keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi *e-wallet* terkait dengan biaya yang dikeluarkan. Pada analisis *multidimensional unfolding* dengan meliputi beberapa pernyataan yaitu Biaya admin terjangkau, Biaya admin tidak jauh berbeda dengan yang lainnya, Biaya sesuai dengan kualitas pelayanan, Biaya sesuai dengan kinerja yang didapatkan, Biaya sesuai dengan manfaat yang dirasakan, Membantu pengguna sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan menggunakan SPSS dan nilai dari penalty, yaitu $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$, terlihat pada tabel 4.14 dan 4.15 bahwa algoritma konvergen setelah iterasi ke 273 dengan nilai stress 0,3485499, yang berarti penyelesaian sesuai dengan data. Selanjutnya nilai *Variasi Proximities* adalah 0,3693474 dan nilai *Variation Transformed Proximities* 0,5166991, ini berarti nilai *Variasi Proximities* transformasi hampir sama dengan nilai *Variasi Proximities* yang asli. Kemudian nilai *sum of square of DeSarbo's Intermixedness Indices* adalah 1,8673296 yang berarti penyelesaian titik-titik dari himpunan yang berbeda jauh lebih baik dan nilai *Shepard's Rough Nondegeneracy Index* adalah 0,6111111.

Tabel 4. 16
Nilai Stress dengan lambda 0,5 dan omega 1,0

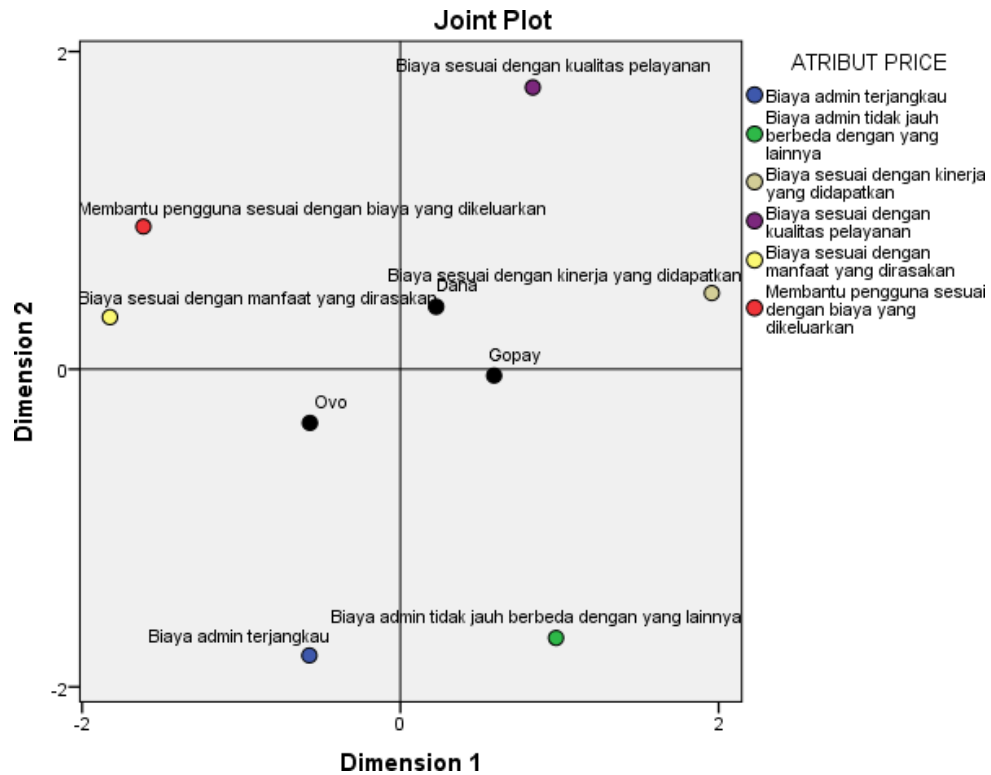
History of Iterations				
Iteration	Penalized Stress	Difference	Stress	Penalty
0	,9511895		,4657667	1,9425207
273	,7859035	8E-7 ^a	,3485499	1,7720397

a. Difference in consecutive penalized Stress values less than the DIFFSTRESS criterion.

Tabel 4. 17
Ukuran-ukuran dalam MDU dengan lambda=0,5 dan omega= 1,0

Measures		
Iterations		273
Final Function Value		,7859035
Function value Parts	Stress Part	,3485499
	Penalty Part	1,7720397
Badness of Fit	Normalized Stress	,1212551
	Kruskal's Stress-I	,3482170
	Kruskal's Stress-II	2,1159869
	Young's S-Stress-I	,5430106
	Young's S-Stress-II	,8893937
	Dispersion Accounted For	,8787449
	Variance Accounted For	,1527222
Goodness of Fit	Recovered Preference	
	Orders	,6818182
	Spearman's Rho	,3074883
	Kendall's Tau-b	,2729566
variation Coefficients	Variation Proximities	,3693474
	Variation Transformed	
	Proximities	,5166991
	Variation Distances	,2032073
Degeneracy Indices	Sum-of-Squares of	
	DeSarbo's Intermixedness	1,8673296
	Indices	
	Shepard's Rough	
	Nondegeneracy Index	,6111111

Selanjutnya dihasilkan gambar berupa *joint plot* pada analisis MDU guna mengukur preferensi konsumen pada tiga objek penelitian yaitu *e-wallet* Gopay, Dana, dan Ovo. Berikut hasil gambar *joint plot* pada analisis MDU:



Gambar 4. 5

Peta *Positioning* Berdasarkan Pernyataan Atribut *Price*

Berdasarkan gambar 4.5 hasil analisa statistik menggunakan MDU yang bertujuan untuk melihat preferensi konsumen terkait dengan sebuah objek penelitian yaitu tiga *e-wallet* diantaranya Gopay, Dana dan Ovo berdasarkan atribut *price* dengan delapan pernyataan pada atribut tersebut didapatkan preferensi konsumen pada ketiga objek tersebut masing-masing sebagai berikut :

1. Gopay dengan preferensi keunggulan konsumen pada pernyataan : Biaya admin tidak jauh berbeda dengan yang lainnya.
2. Dana dengan preferensi konsumen pada pernyataan : biaya sesuai dengan kinerja yang didapatkan dan biaya sesuai dengan kualitas

pelayanan.

3. Ovo dengan preferensi konsumen pada pernyataan : biaya admin terjangkau.

4.2.1.6 Peta *Positioning* Berdasarkan *Perceived of risk*

Keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi *e-wallet* terkait dengan risiko yang didapatkan. Pada analisis *multidimensional unfolding* dengan meliputi beberapa pernyataan yaitu Biaya admin terjangkau, Biaya admin tidak jauh berbeda dengan yang lainnya, Biaya sesuai dengan kualitas pelayanan, Biaya sesuai dengan kinerja yang didapatkan, Biaya sesuai dengan manfaat yang dirasakan, Membantu pengguna sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Dengan menggunakan SPSS dan nilai dari penalty, yaitu $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$, terlihat pada tabel 4.18 dan 4.19 bahwa algoritma konvergen setelah iterasi ke 444 dengan nilai stress 1,8267623, yang berarti penyelesaian sesuai dengan data. Selanjutnya nilai *Variasi Proximities* adalah 0,3780249 dan nilai *Variation Transformed Proximities* 0,5117965, ini berarti nilai *Variasi Proximities* transformasi hampir sama dengan nilai *Variasi Proximities* yang asli. Kemudian nilai *sum of square of DeSarbo's Intermixedness Indices* adalah 3,2402099 yang berarti penyelesaian titik-titik dari himpunan yang berbeda jauh lebih baik dan nilai *Shepard's Rough Nondegeneracy Index* adalah 0,7222222.

Tabel 4. 18

Nilai Stress dengan $\lambda = 0,5$ dan $\omega = 1,0$

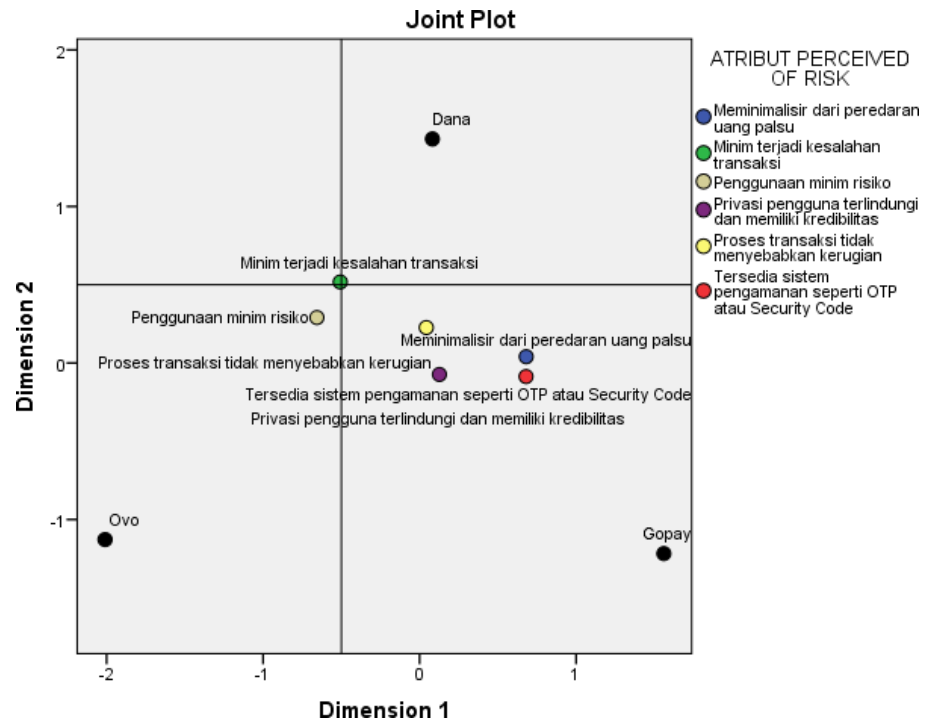
History of Iterations				
Iteration	Penalized Stress	Difference	Stress	Penalty
0	,8994452		,4056656	1,9942575
444	,7192074	7E-7 ^a	,2831563	1,8267623

a. Difference in consecutive penalized Stress values less than theDIFFSTRESS criterion.

Tabel 4. 19
Ukuran-ukuran dalam MDU dengan $\lambda=0,5$ dan $\omega= 1,0$

Measures		
Iterations		444
Final Function Value		,7192074
Function Value Parts	Stress Part	,2831563
	Penalty Part	1,826762
Badness of Fit		3
	Normalized Stress	,0800492
	Kruskal's Stress-I	,2829296
	Kruskal's Stress-II	1,119554
		0
	Young's S-Stress-I	,4435938
	Young's S-Stress-II	,7630277
Goodness of Fit	Dispersion Accounted For	,9199508
	Variance Accounted For	,4118759
	Recovered Preference Orders	,7717172
	Spearman's Rho	,6017491
	Kendall's Tau-b	,5700915
Variation Coefficients	Variation Proximities	,3780249
	Variation Transformed	,5117965
	Proximities	
	Variation Distances	,3034299
Degeneracy Indices	Sum-of-Squares of DeSarbo's	3,240209
	Intermixedness Indices	9
	<i>Shepard's Rough</i>	
	<i>Nondegeneracy Index</i>	,7222222

Selanjutnya dihasilkan gambar berupa *joint plot* pada analisis MDU guna mengukur preferensi konsumen pada tiga objek penelitian yaitu *e-wallet* Gopay, Dana, dan Ovo. berikut hasil gambar *joint plot* pada analisis MDU:



Tabel 4. 20

Peta *Positioning* Berdasarkan Pernyataan Atribut *Perceived of risk*

Berdasarkan gambar 4.6 hasil analisa statistik menggunakan MDU yang bertujuan untuk melihat preferensi konsumen terkait dengan sebuah objek penelitian yaitu tiga *e-wallet* diantaranya Gopay, Dana dan Ovo berdasarkan atribut *trust* dengan delapan pernyataan pada atribut tersebut didapatkan preferensi konsumen pada ketiga objek tersebut masing-masing sebagai berikut :

1. Gopay dengan preferensi konsumen pada pernyataan : privasi pengguna terlindungi dan memiliki kredibilitas, tersedia sistem pengamanan seperti OTP atau *Security Code*, meminimalisir peredaran uang palsu dan proses transaksi tidak menyebabkan kerugian.
2. Dana tidak memiliki preferensi pada pernyataan-pernyataan dari atribut *perceived of risk*.
3. Ovo mendekati pada titik pernyataan : penggunaan minim risiko.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini melatar belakangi terkait adanya kenaikan jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia dari tahun ke tahun. Adapun platform yang menjadi salah satu media penyebaran uang elektronik yaitu dompet digital atau *e-wallet* yang saat ini banyak digunakan di Indonesia diantaranya yaitu, layanan aplikasi *e-wallet* Gopay, Dana dan Ovo. Dalam pengadopsian penggunaan aplikasi *e-wallet*, Generasi Z mendominasi penggunaan layanan *fintech* tersebut. Dari beberapa fenomena tersebut peneliti melakukan *pra-survey* untuk mengetahui atribut-atribut yang mendorong dan menarik konsumen Generasi Z dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* tersebut. Kemudian untuk mengetahui *positioning* ketiga aplikasi *e-wallet* tersebut penelitian ini menggunakan metode analisis *multidimensional unfolding* yang bertujuan untuk melihat preferensi konsumen terkait dengan ketiga objek penelitian yaitu pada aplikasi *e-wallet* Gopay, Dana dan Ovo berdasarkan pernyataan dari atribut-atribut variabel yang didapat melalui hasil *pra-survey*.

Adapun hasil analisis dari ke enam atribut pada aplikasi *e-wallet* Gopay, Dana, dan Ovo sebagai berikut :

1. *Positioning* Berdasarkan Atribut Variabel *Perceived ease of use*
Berdasarkan Gambar 4.1 peta *joint plot* dengan menggunakan metode analisis *multidimensional unfolding* tersebut menunjukkan bahwa dari delapan pernyataan pada atribut *perceived of use*, aplikasi *e-wallet* Gopay dan Dana masing-masing memiliki keunggulan pada tiga poin pernyataan. Gopay memiliki keunggulan pada pernyataan kemudahan melakukan transaksi, kemudahan dalam pengisian saldo, dan penggunaan mudah dipahami. Aplikasi *e-wallet* Dana pada pernyataan ketersediaan merchant toko online dan offline, penggunaan aplikasi mudah dimengerti, dan fitur aplikasi mudah dipahami. Sedangkan Ovo memiliki keunggulan pada kedua poin pernyataan lainnya yaitu transaksi yang mudah digunakan dan sistem kerja aplikasi mudah digunakan.

2. *Positioning Berdasarkan Atribut Variabel Perceived usefulness*
Berdasarkan Gambar 4.2 peta *joint plot* dengan menggunakan metode analisis *multidimensional unfolding* tersebut menunjukkan bahwa dari delapan pernyataan pada atribut *perceived usefulness*, aplikasi *e-wallet* Gopay dan Dana masing-masing memiliki keunggulan pada tiga poin pernyataan. Gopay memiliki keunggulan pada pernyataan fitur dan layanan yang bermanfaat, transaksi menjadi lebih cepat, dan transaksi keuangan menjadi lebih efektif dan praktis. Aplikasi *e-wallet* Dana memiliki keunggulan pada pernyataan fitur dan layanan yang bermanfaat, transaksi menjadi lebih cepat, dan transaksi keuangan menjadi lebih efektif dan praktis. Sedangkan Ovo memiliki keunggulan pada pernyataan pernyataan sistem layanan yang lengkap sesuai kebutuhan dan penggunaan menambah produktifitas.

3. *Positioning Berdasarkan Atribut Variabel Trust*

Berdasarkan Gambar 4.3 peta *joint plot* dengan menggunakan metode analisis *multidimensional unfolding* tersebut menunjukkan bahwa dari enam pernyataan pada atribut *trust*, aplikasi *e-wallet* Gopay memiliki keunggulan pada empat poin pernyataan yaitu mampu melakukan transaksi seperti yang diharapkan, didukung jaminan integritas data dan transaksi yang aman, mampu memenuhi kebutuhan pengguna, dan *customer service* memberikan pelayanan dan informasi. Ovo memiliki keunggulan pada kedua pernyataan yaitu dipercaya dalam melakukan transaksi, dan bertanggungjawab ketika terjadi masalah transaksi. Sedangkan aplikasi *e-wallet* Dana tidak memiliki keunggulan pada pernyataan-pernyataan atribut variabel *trust*.

4. *Positioning Berdasarkan Atribut Variabel Promotion*

Berdasarkan Gambar 4.4 peta *joint plot* dengan menggunakan metode analisis *multidimensional unfolding* tersebut menunjukkan bahwa dari delapan pernyataan pada atribut *promotion*, aplikasi *e-wallet* Gopay

memiliki keunggulan pada tiga poin pernyataan yaitu pada pernyataan promosi besar-besaran pada event tahunan, promo berlangsung diwaktu yang sangat tepat dan terdapat diskon yang mendorong melakukan transaksi lebih sering. Dana memiliki keunggulan pada pernyataan sering menampilkan iklan melalui sosial media, promo yang dilakukan berlangsung lama, dan promo menimbulkan keinginan transaksi. Sedangkan aplikasi e-wallet Ovo memiliki keunggulan pada dua poin pernyataan lainnya yaitu pada pernyataan memberikan loyalty kepada pengguna yang loyal, dan program promosi sesuai dengan keinginan.

5. *Positioning Berdasarkan Atribut Variabel Price*

Berdasarkan Gambar 4.5 peta *joint plot* dengan menggunakan metode analisis *multidimensional unfolding* tersebut menunjukkan bahwa dari enam pernyataan pada atribut *price*, aplikasi *e-wallet* Dana memiliki keunggulan pada dua poin pernyataan yaitu pada pernyataan biaya sesuai dengan kinerja yang didapatkan dan biaya sesuai dengan kualitas pelayanan. Sedangkan aplikasi *e-wallet* Gopay dan Ovo masing-masing memiliki satu keunggulan yaitu Gopay pada pernyataan biaya admin tidak jauh berbeda dengan yang lainnya Ovo pada pernyataan biaya admin terjangkau. Adapun pernyataan yang tidak menjadi preferensi konsumen pada ketiga aplikasi *e-wallet* tersebut yaitu pernyataan membantu pengguna sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan biaya sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

6. *Positioning Berdasarkan Atribut Variabel Perceived of risk*

Berdasarkan Gambar 4.6 peta *joint plot* dengan menggunakan metode analisis *multidimensional unfolding* tersebut menunjukkan bahwa dari enam pernyataan pada atribut *perceived of risk* aplikasi *e-wallet* Gopay memiliki keunggulan pada empat poin pernyataan yaitu pada pernyataan privasi pengguna terlindungi dan memiliki kredibilitas, tersedia sistem

pengamanan seperti OTP atau Security Code, meminimalisis peredaran uang palsu dan proses transaksi tidak menyebabkan kerugian. Ovo memiliki keunggulan pada pernyataan penggunaan minim risiko. Sedangkan aplikasi *e-wallet* Dana tidak memiliki keunggulan pada pernyataan-pernyataan atribut variabel *perceived of risk*. Adapun pernyataan yang tidak menjadi preferensi konsumen pada ketiga aplikasi *e-wallet* tersebut yaitu pernyataan minim terjadi kesalahan transaksi.