

**PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DAN PROMOSI TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI
SELULER GO-PAY.**

**(STUDI PADA KONSUMEN PENGGUNA *E-MONEY* GOPAY DI JAKARTA
TIMUR)**

***THE INFLUENCE OF USE E-MONEY AND PROMOTION ON THE CONSUMER
BEHAVIOR BY THE USE OF TRANSACTION USING GO-PAY MOBILE
APPLICATION***

(CASE STUDY OF GOPAY E-MONEY USERS IN EAST JAKARTA)

OLEH:

LUTHFI FATH YASIN

2016410159

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Luthfi Fath Yasin

Nim : 2016410159

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Seluler GO-PAY (Studi Pada Pengguna *E-Money* Go-Pay Di Jakarta Timur). Skripsi dibimbing oleh Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau jiplakan. Jika dikemudian hari terdapat ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Jakarta, 1 Juli 2022



Luthfi Fath Yasin

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Luthfi Fath Yasin

NIM : 2016410159

Jurusan : Manajemen

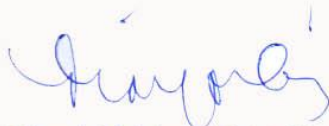
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Seluler GO-PAY. (Studi Pada Pengguna E-Money Go-Pay Di Jakarta Timur)”** Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 1 Juli 2022

Mengetahui

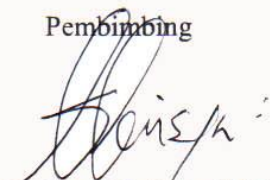
Ketua Jurusan Manajemen



Dian A Rahim, SE, M. Si

Menyetujui

Pembimbing



Drs. Fauzi Baisvir, MM

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DAN PROMOSI TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI
SELULER GO-PAY.**

(STUDI PADA KONSUMEN PENGGUNA *E-MONEY* GOPAY DI JAKARTA TIMUR)

OLEH:

LUTHFI FATH YASIN

2016410159

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada.**

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini :

Jakarta, 24 Februari 2022 dengan nilai B-


Drs. Fauzi Baisvir, MM

Dosen Pembimbing


Dr. Firsan Nova

Penguji I


Ellena Nurfaizria H., SE, MM

Penguji II


Drs. Fauzi Baisvir, MM

Dosen Pembimbing


Mu'man Nuryana, Ph. D

Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggraeny Rahim S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik dan promosi terhadap perilaku konsumen dalam bertransaksi pada pengguna *E-Money* Gopay. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah kuesioner sebanyak 104 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Darma Persada yang menggunakan *E-Money* Gopay setidaknya 4 kali dalam kurun waktu 1 bulan terakhir. Teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan kemudian dipilih secara *purposive sampling*. Kemudian dilakukan uji analisis menggunakan analisis linear berganda dan diolah dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh penggunaan uang elektronik dan Promosi terhadap perilaku konsumen yaitu positif atau memiliki pengaruh yang signifikan. Setelah melakukan uji hipotesis secara simultan (ujif), menunjukkan besaran f hitung $>$ f_{tabel} yaitu $112,491 > 3,09$. Untuk nilai independen penggunaan uang elektronik dan promosi mempunyai nilai positif dapat dilihat pada persamaan $Y = 10,067 + 0,559X_1 + 0,750X_2$. yang artinya terdapat pengaruh antara variabel penggunaan uang elektronik dan promosi mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen pengguna dalam bertransaksi menggunakan aplikasi Go-pay di wilayah Jakarta Timur.

Kata Kunci : Penggunaan Uang Elektronik, Promosi, Perilaku Konsumen.

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of the use of electronic money and promotions on consumer behavior in transactions with Gopay E-Money users. This study uses data in the form of primary data obtained from distributing questionnaires. The number of questionnaires as many as 104 respondents who are Darma Persada University students who use E-Money Gopay at least 4 times in the last 1 month. The sample technique used is non-probability sampling and then selected by purposive sampling. Then the analysis test was conducted using multiple linear analysis and processed using SPSS version 25. The results showed that the effect of using electronic money and promotion on consumer behavior was positive or had a significant effect. After testing the hypothesis simultaneously (test), it shows that the amount of f count $>$ f_{table} is $112.491 > 3.09$. The independent value of the use of electronic money and promotion has a positive value, it can be seen in the equation $Y = 10.067 + 0.559X_1 + 0.750X_2$. which means that there is an influence between the variables of the use of electronic money and promotions that have an influence on the behavior of consumer users in transactions using the Go-pay application in the East Jakarta area.

Keywords: Use of Electronic Money, Promotion, Consumer Behavior.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DAN PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI SELULER GO-PAY. (STUDI PADA PENGGUNA E-MONEY GOPAY DI JAKARTA TIMUR.)”**. sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam pengerjaan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan skripsi.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada dan Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai dengan penulisan menyelesaikan skripsi ini.
4. Papa dan Mama, Wirzen dan (Alm.) Anike Yenti selaku orang tua penulis yang selalu memiliki kesabaran, memberikan semangat, dan dorongan dari segala aspek sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Yokarizen Fath Yasin dan Ramadhan Fath Yasin selaku saudara kandung penulis yang selalu memberi saya dorongan secara langsung dan tidak

langsung untuk meneruskan dan memantapkan hati supaya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman - teman pengurus dan alumni unit kegiatan mahasiswa Unsada *Photography Club*, terima kasih karena sudah mengisi hari - hari penulis saat kuliah serta memberikan dukungan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman - teman Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Angkatan 2016, terima kasih karena sudah mengisi hari - hari penulis saat kuliah serta memberikan dukungan dan dorongan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 28 Juni 2022

Penulis,

Luthfi Fath Yasin

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah.....	15
1.2.1 Identifikasi Masalah	15
1.2.2 Pembatasan Masalah	16
1.2.3 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Kegunaan Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	19
2.1 Landasan Teori	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Manajemen Pemasaran	20
2.1.3 Bauran Pemasaran	22
2.1.4 Uang Elektronik (<i>E-Money</i>).....	24
2.1.5 Promosi	34
2.1.6 Perilaku Konsumen	39
2.2 Penelitian Terdahulu	55
2.3 Kerangka Pemikiran	60
2.4 Hipotesis Penelitian	62

BAB III METODELOGI PENELITIAN	63
3.1 Metode yang Digunakan	63
3.2 Waktu Penelitian.....	63
3.3 Variabel Operasional	64
3.4 Sumber Dan Cara Penentuan Data	72
3.4.1 Lokasi Penelitian	72
3.4.2 Jenis Dan Sumber Data.....	72
3.4.3 Cara Penentuan Data	73
3.5 Teknik Pengumpulan Data	76
3.5.1 Observasi	76
3.6 Rancangan Analisis Dan Uji Hipotesis	78
3.6.1 Rancangan Analisis	79
3.6.2 Alat Dan Analisis Data.....	80
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	83
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	89
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	89
4.1.1 Sejarah <i>GO-PAY</i> dan Gojek.....	89
4.1.2 Visi dan Misi <i>GO-PAY</i> dan Gojek	92
4.2 Hasil Penelitian.....	93
4.2.1 Profil Responden	93
4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	101
4.2.3 Uji Keabsahan Data.....	124
4.2.4 Alat Analisis Data	127
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	132
4.2.6 Pengujian Hipotesis	137
4.3 Pembahasan.....	140
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	143

5.1 Simpulan	143
5.2 Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	146

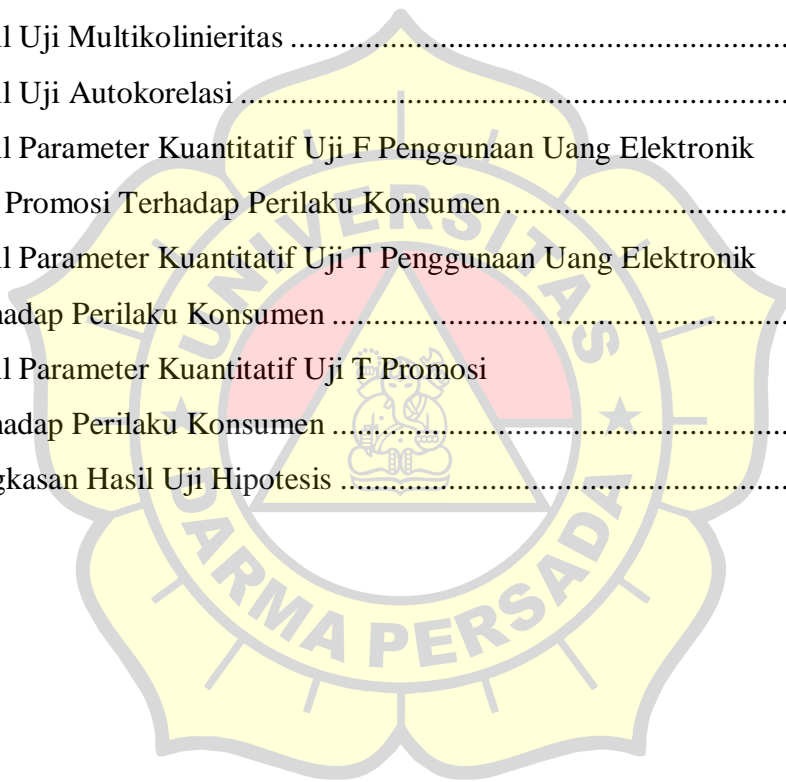


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik Yang Beredar	4
Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Uang Elektronik (Dalam Juta Rp.)	5
Tabel 2.1 Fasilitas Uang Elektronik <i>registered</i> dan <i>unregistered</i>	26
Tabel 2.2 Perbedaan Uang Elektronik Dengan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu.....	29
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	56
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	64
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	77
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	78
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi R^2	83
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	94
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	95
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	95
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	96
Tabel 4.6 Sudah Berapa Lama Menggunakan <i>E-Money GO-PAY</i>	97
Tabel 4.7 Alasan anda menggunakan <i>E-Money GO-PAY</i>	97
Tabel 4.8 Transaksi apa yang biasa dilakukan di <i>E-Money GO-PAY</i>	98
Tabel 4.9 Rata - rata pengeluaran perbulan untuk bertransaksi <i>E-Money GO-PAY</i>	99
Tabel 4.10 Selain <i>E-Money GO-PAY</i> , pernahkah anda menggunakan <i>E-Money</i> lain	100
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	101
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2.....	103
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3.....	103
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	104
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	104

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6.....	105
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7.....	106
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8.....	106
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	107
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2.....	108
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3.....	108
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	109
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	109
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6.....	110
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7.....	110
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8.....	111
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9.....	112
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10.....	112
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11.....	113
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12.....	114
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	114
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2.....	115
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3.....	116
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	116
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	117
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6.....	117
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7.....	118
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8.....	119
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9.....	119
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10.....	120
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11.....	120
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12.....	121
Tabel 4.43 Validitas Variabel Penggunaan Uang Elektronik (X ₁)	124
Tabel 4.44 Validitas Variabel Promosi (X ₂).....	125
Tabel 4.45 Validitas Variabel Perilaku Konsumen (Y)	126
Tabel 4.46 Reabilitas Variabel Penggunaan Uang Elektronik, Promosi dan Perilaku Konsumen	127
Tabel 4.47 Hasil Parameter Kuantitatif Variabel Penggunaan Uang Elektronik dan Promosin Terhadap Perilaku Konsumen	128

Tabel 4.48 Hasil Parameter Kuantitatif Variabel Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumen	129
Tabel 4.49 Hasil Parameter Kuantitatif Variabel Promosi Terhadap Perilaku Konsumen.....	130
Tabel 4.50 Hasil Parameter Kuantitatif Variabel Penggunaan Uang Elektronik Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen	131
Tabel 4.51 Hasil Parameter Kuantitatif Variabel Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumen	131
Tabel 4.52 Hasil Parameter Kuantitatif Variabel Promosi Terhadap Perilaku Konsumen	132
Tabel 4.53 Hasil Uji Multikolinieritas	134
Tabel 4.54 Hasil Uji Autokorelasi	135
Tabel 4.55 Hasil Parameter Kuantitatif Uji F Penggunaan Uang Elektronik Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen	137
Tabel 4.56 Hasil Parameter Kuantitatif Uji T Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumen	138
Tabel 4.57 Hasil Parameter Kuantitatif Uji T Promosi Terhadap Perilaku Konsumen	139
Tabel 4.58 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	140



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>GO-PAY</i>	7
Gambar 1.2 Alasan Konsumen Berbelanja Daring.....	11
Gambar 1.3 Promo Bayar Dengan <i>GO-PAY</i>	12
Gambar 1.4 Promo <i>Top-Up GO-PAY</i>	12
Gambar 2.1. Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen	41
Gambar 2.2. Model Proses Motivasi.....	44
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	61
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....	62
Gambar 4.1 Gojek <i>Journey</i>	90
Gambar 4.2 Logo <i>GO-PAY</i>	92
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	133
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	136

