

**PENGARUH IKLAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E – WALLET
DI KAB. BEKASI**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh :

ARMELIA
NIM : 241.19.08001



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2023



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH IKLAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E – WALLET
DI KAB. BEKASI**

Oleh :

Nama	: ARMELIA
NIM	: 2411908001
Jurusan	: Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Bekasi Pada Tanggal 10 Agustus 2023.

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Rubiah Fitriyanti, SKM., MM

Altatit Dianawati, S. Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH IKLAN, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN E – WALLET
DI KAB. BEKASI**

Oleh :

Nama : ARMELIA
NIM : 2411908001
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 10 Agustus 2023
Waktu : 15.40 – 17.00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji

Penguji I : Altatit Dianawati, S.Si, MM ()

Penguji II : Bambang Suntoro, SE, MM ()

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ARMELIA
NIM : 2411908001
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3216086402990003
Alamat : Kp. Cibuntu Bojong RT/RW 002/002 Desa Gandasari
Kec. Cikarang Barat Kab. Bekasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Iklan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan E-Wallet Di Kab. Bekasi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 12 Agustus 2023

ARMELIA

ABSTRAK

ARMELIA. NIM 241.19.08001. Pengaruh Iklan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan E-Wallet di Kab. Bekasi.

Era digital saat ini yang begitu pesat pertumbuhannya, telah banyak membantu peningkatan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa. Munculnya perusahaan baru atau *start up* yang memanfaatkan perkembangan teknologi dibedakan menjadi dua, yaitu *e-commerce* dan *Financial Technology (FinTech)*. Kondisi pandemi sedikit banyak mempengaruhi perilaku manusia dalam beberapa hal salah satunya sistem pembayaran konvensional menjadi digital. Pembayaran secara non-tunai sudah banyak digunakan masyarakat sebagai alternatif pembayaran karena lebih efektif dan efisien bagi masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Iklan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif-korelatif dengan metode penelitian yang digunakan berupa pengumpulan data kuesioner melalui google form. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *snowball sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 96 responden.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 92,4% faktor-faktor keputusan penggunaan *e-wallet* dapat dijelaskan oleh iklan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen sedangkan sisanya 7,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel iklan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (386,389) > F_{tabel} (3,095)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel iklan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (2,348)$, variabel kemudahan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4,502)$, dan kepercayaan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (6,310)$ dimana $t_{tabel} (1,986)$ maka secara parsial variabel iklan, kemudahan, dan kepercayaan konsumen tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi. Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi adalah kepercayaan konsumen.

Kata kunci : iklan, kemudahan, kepercayaan konsumen, keputusan penggunaan *e-wallet*.

ABSTRACT

ARMELIA. NIM 241.19.08001. *The Effect of Advertising, Convenience, and Consumer Trust on the Use of E-Wallets in Kab. Bekasi.*

The current digital era, with its rapid technological growth, has helped increase the fulfillment of people's needs for goods and services. The emergence of new companies or start-ups that utilize technological developments can be divided into two, namely e-commerce and Financial Technology (FinTech). Pandemic conditions have more or less affected human behavior in several ways, one of which is the conventional payment system to digital. Non-cash payments have been widely used by the public as an alternative payment because it is more effective and efficient for the community.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of advertising, convenience, and consumer trust on the use of e-wallet either ShopeePay or GoPay in Bekasi. The type of research used is associative-correlative with the research method used in the form of questionnaire data collection via google form. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. The sample selection was carried out by means of snowball sampling. The sample amounted to 96 respondents.

The regression test results show that 92.4% of the factors of e-wallet usage decisions can be explained by advertising, convenience, and consumer trust while the remaining 7.6% is explained by other factors not examined in this study. While the F test shows that simultaneously the variables of advertising, convenience, and consumer trust simultaneously have a significant effect on decisions to use e-wallets with the results of the analysis, namely the value of $F_{\text{count}} (386,389) > F_{\text{table}} (3,095)$. The t test results show that the advertising variable shows the results of the t_{count} analysis (2,348), the convenience variable shows the results of the t_{count} analysis (4,502), and trust shows the results of the t_{count} analysis (6,310) where the $t_{\text{table}} (1,986)$ then partially the variables of advertising, convenience, and consumer trust have a significant effect on the decision to use e-wallets in Bekasi Regency. The dominant variable influencing the decision to use e-wallets in Bekasi is consumer trust.

Keywords: advertising, convenience, consumer trust, e-wallet usage decisions.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Iklan, kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan E-Wallet di Kab. Bekasi ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis yang merupakan pengguna dari *e-wallet* tersebut dan ingin mengetahui apakah iklan, kemudahan, dan kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* atau tidak.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE, MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Yayasan STIE GICI Business School.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si, MM selaku ketua Jurusan Manajemen STIE GICI yang terus berusaha untuk memajukan jurusan hingga kini telah mendapat akreditasi B.
4. Ibu Rubiah Fitriyanti, SKM, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah dengan sabar bersedia mendampingi dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai Menyusun skripsi dengan baik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis.
6. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepuh hati.

7. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2019 yang telah bersama-sama penulis menjalani perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
8. Ayahanda Mendih serta Ibunda Lasih tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh karena itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amin.

Depok, 12 Agustus 2023
Penulis

ARMELIA
NIM : 2411908001

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Iklan Uang Elektronik	8
2.1.2 Kemudahan Uang Elektronik	9
2.1.3 Kepercayaan Konsumen	12
2.1.4 Penggunaan Uang Elektronik (<i>E-Wallet</i>)	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konseptual	17
2.4 Hipotesis	18
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	20
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.3.1 Populasi Penelitian	20

3.3.2	Sampel Penelitian	21
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5.1	Variabel Bebas.....	23
3.5.2	Variabel Terikat	25
3.6	Teknik Analisis Data	26
3.6.1	Skala Angka Penafsiran	26
3.6.2	Persamaan Regresi	27
3.6.3	Uji Kualitas Data	29
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.5	Uji Hipotesis	32
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	35
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.2	Karakteristik Responden	36
4.1.3	Tanggapan Responden	38
4.1.4	Hasil Uji Kualitas Data	44
4.1.5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis.....	51
4.2	Pembahasan.....	55
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	59
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		65

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	19
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.3 Angka Penafsiran	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	36
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Iklan.....	38
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Kemudahan.....	40
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Variabel Kepercayaan	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Variabel Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> ..	43
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Iklan	45
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kemudahan	45
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	46
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i>	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.11 Kolmogorov-Smirnov Test	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2020-2021	1
Gambar 1.2 Penetrasi Penggunaan <i>E-Wallet</i> di Kab. Bekasi (Mei 2023).....	3
Gambar 2.1 Sistem Pembayaran <i>E-Wallet</i>	10
Gambar 2.2 Cara Penggunaan <i>E-Wallet</i>	11
Gambar 2.3 Manfaat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	14
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	17
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 2. Tabulasi Data	71
Lampiran 3. Hasil Output SPSS	73
Lampiran 4. Kartu Bimbingan.....	83
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup	84
Lampiran 6. Tabel r, t, dan F	85