



**ANALISIS FAKTOR PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN PELANGGAN APLIKASI
DOMPET DIGITAL DANA**

TESIS

UNIVERSITAS
OLEH
MERCU BUANA
RESTU MUHAMMAD ACELIAN

55117120025

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



**ANALISIS FAKTOR PROMOSI PENJUALAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN PELANGGAN APLIKASI
DOMPET DIGITAL DANA**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH

RESTU MUHAMMAD ACELIAN

55117120025

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Faktor Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA.

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Restu Muhammad Acelian

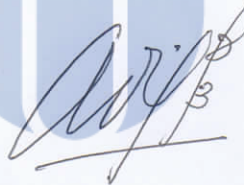
NIM : 5511712025

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 16 Maret 2021

Mengesahkan

Pembimbing



UNIVERSITAS
(Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D)

MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

PERYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : Restu Muhammad Acelian

NIM : 55117120025

Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul :

“Analisis Faktor Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Januari 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 24%.

UNIVERSITAS Jakarta, 29 Januari 2021
MERCU BUANA Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Faktor Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA
Nama : Restu Muhammad Acelian
NIM : 55117120025
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : 16 Maret 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 16 Maret 2021



(Restu Muhammad Acelian)

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of sales promotion, perceived ease of use, and perceived security on the consumer decisions DANA digital wallet application in DKI Jakarta. The sampling method was using an accidental sampling technique. This research was conducted using a questionnaire method, conducted on 100 respondents. Quantitative analysis includes validity and reliability tests, classical assumption test, coefficient of determination R^2 , F test, t test and multiple regression analysis. The R^2 value of 0.617 shows that 61.7% of the consumer decision to use reached is indeed influenced by the independent variables (sales promotion, perceived ease of use, and perceived security) used in this study. Test the value of F 0,000; which shows sales promotion, perceived ease of use, and perceived security as independent variables simultaneously influence consumer decisions. The t value of less than 0.05 indicates that sales promotion, perceived ease of use, and perceived security as independent variables partially have a significant effect on consumer decisions.

Keywords: Sales Promotion, Perception Ease of Use, Perception Security, and Consumer Decision.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dompet digital DANA di DKI Jakarta. Metode sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner, dilakukan terhadap 100 responden. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi R^2 , uji F, uji t dan analisis regresi berganda. Nilai R^2 0,617 menunjukkan bahwa 61,7% keputusan penggunaan yang dicapai memang dipengaruhi oleh variabel independen (promosi penjualan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan) yang digunakan dalam penelitian ini. Uji nilai F 0,000; yang menunjukkan promosi penjualan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan sebagai variabel independen secara bersamaan mempengaruhi keputusan penggunaan. Nilai t kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa promosi penjualan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan sebagai variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, dan Keputusan Penggunaan.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karunia dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Analisis Faktor Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Pelanggan Aplikasi Dompot Digital DANA”**.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen dalam bidang Manajemen Pemasaran di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan hingga terwujudnya Tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian Tesis ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ir. Har Adi Basri, M.Ec.,Ph.D selaku Pembimbing Utama yang dengan penuh kesabarannya membimbing, memberikan masukan, dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen dan Ketua Sidang dan penelaah pada saat Sidang Akhir Tesis.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen.
4. Dr. Mirza., ST., MM selaku Dosen Penguji pada saat Sidang Akhir Tesis dan Seminar Hasil.
5. Dr. M. Mukti Ali, MM selaku Dosen Penguji pada saat Seminar Proposal.

6. Seluruh dosen dan Staf Administrasi pengajar yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan serta seluruh karyawan Program Studi Magister Manajemen.
7. Seluruh keluarga saya khususnya kedua orang tua yang selalu mendukung secara moral dan material, kesabaran, doa dan motivasi selama penulis mengerjakan tesis ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Mercu Buana angkatan 2018 Program Studi Magister Manajemen atas kebersamaan dan kerjasamanya serta dukungan dalam menyelesaikan masa kuliah ini.
9. Teman-teman semua yang telah membantu dan memberi dukungan dalam proses penyempurnaan tesis ini.

Penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini, dan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Maret 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERYATAAN SIMILARITY CHECK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	16
1.3. Rumusan Masalah	17
1.4. Maksud dan Tujuan Tesis	17
1.5. Manfaat dan Kegunaan Tesis.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	20
2.1. <i>E-Wallet</i>	20
2.2. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	23
2.3. Promosi Penjualan.....	24
2.4. Persepsi Kemudahan	27
2.5. Persepsi Keamanan.....	28
2.6. Keputusan Pembelian	31
2.5. Penelitian Terdahulu.....	38
2.6. Kerangka Pemikiran	40
2.7. Hipotesis	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Desain Penelitian.....	44
3.2. Variabel Penelitian.....	45
3.3. Definisi Operasional.....	46
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6. Populasi dan Metode Sampling.....	53
3.7. Metode Analisis.....	55
3.8. Uji Instrumentasi.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Sejarah Berdiri dan Perkembangan Perusahaan.....	61
4.2. Tantangan Bisnis.....	67
4.3. Hasil Penelitian.....	68
4.4. Karakteristik Responden.....	68
4.5. Uji Instrumen.....	71
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	74
4.7. Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1. Kesimpulan.....	91
5.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Ringkasan Research Gap Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan.....	15
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1. Indikator dan Dimensi	48
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	69
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.4. Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4.5. Hasil Uji Analisis Regresi (Uji T, Uji F & R ²),	78
Tabel 4.6. Korelasi Antar Dimensi	83
Tabel 5.1. Saran Manajerial Berdasarkan Dimensi Variabel Paling Berpengaruh Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan Pelanggan DANA.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tren Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2020	1
Gambar 1.2. Peringkat Pengguna E-commerce Dengan Mobile Phone di Seluruh Dunia	2
Gambar 1.3. Metode Pembayaran Saat Transaksi Belanja Online	5
Gambar 1.4. Peringkat Aplikasi E-Wallet Berdasarkan Jumlah Download	6
Gambar 1.5. Penggunaan Dompet Digital	8
Gambar 1.6. Hasil Pra Survei	9
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1. Tampilan Utama Aplikasi Dompet Digital DANA	63
Gambar 4.2. Layanan Pada Aplikasi Dompet Digital DANA	64
Gambar 4.3. Merchant Online Dompet Digital DANA	65
Gambar 4.4. Merchant Offline Dompet Digital DANA	66
Gambar 4.5. Channel Rekanan Dompet Digital DANA	67
Gambar 4.6. Uji Normalitas	74
Gambar 4.7. Uji Heteroskedastisitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuisisioner	102
Lampiran 2 – Tabulasi Data Hasil Kuesioner	110
Lampiran 3 – Uji Validitas	118
Lampiran 4 – Uji Reliabilitas	132
Lampiran 5 – Uji Normalitas	132
Lampiran 6 – Uji Multikolinearitas	133
Lampiran 7 – Uji Heterokedastisitas	133
Lampiran 8 – Analisis Regresi	134

