



**PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z**  
(Survei Terhadap Generasi Z Di Kota Tangerang)

**LAPORAN TUGAS AKHIR (SKRIPSI)**

Disusun Oleh:

**DITO RIANDANA**

**(44319010034)**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**  
**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dito Riandana

NIM : 44319010034

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI KOTA TANGERANG

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Selasa 15 Agustus 2023



Dito Riandana

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dito Riandana


NIM : 44319010034

Program Studi : Advertising & Marketing Communication


Judul Laporan Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI KOTA TANGERANG

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Siti Muslichatul, M. Ikom (  )

NIDN : 8870701019

Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M. Ikom (  )

NIDN : 0316129201

Penguji Ahli : Rika Yessica Rahma, M. Ikom (  )

NIDN : 0314057804

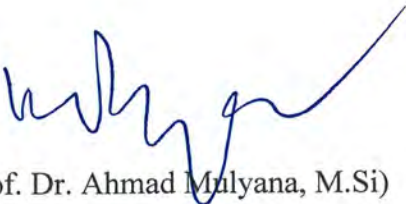
MERCU BUANA

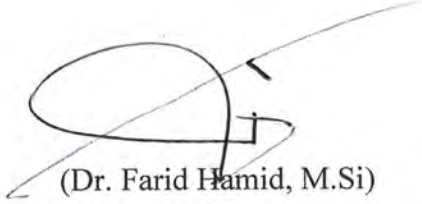
Jakarta, 15 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

  
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas makalah yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Dana Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Tangerang“

Adapun tujuan dari penulisan dari makalah ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran. Selain itu, proposal ini juga bertujuan untuk menambah wawasan tentang" Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Dana Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Tangerang“

Saya mengucapkan terima kasih kepada ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan tugas membimbing dalam pembuatan proposal skripsi ini sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan sesuai dengan bidang studi yang saya tekuni. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi sebahagian pengetahuannya sehingga saya dapat menyelesaikan makalah ini.

Saya menyadari, makalah yang saya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan saya nantikan demi kesempurnaan makalah ini.

1. **Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan selalu memberikan saran serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. **Bapak Kurniawan Prasetyo, M. Ikom** selaku Ketua Sidang Skripsi.
3. **Ibu Rika Yessica Rahma, M. Ikom** selaku Penguji Ahli Skripsi.
4. **Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

5. **Ibu Dr. Irmulan Sati, M.Si Selaku** wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

6. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin penulis untuk menyusun dan menulis skripsi ini.

7. **Ibu Melly Ridaryanthi, Ph.D** selaku Sekretaris Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin penulis untuk menyusun dan menulis skripsi ini.

8. **Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom** selaku Pembimbing Akademis penulis.

9. Dosen Universitas Mercu Buana, khususnya Dosen fakultas ilmu komunikasi bidang studi Advertising & Marketing Communication yang telah memberikan ilmu advertising & marketing communication yang bermanfaat kepada penulis.

10. Kepada Orang tua Alm. Ibnu Agung Riadinsyah dan Lita Irawati dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu mendoakan penulis dan memberikan dukungan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan, dikarenakan itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun agar menjadikan skripsi ini lebih baik lagi. Harapan penulis yaitu, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah pengetahuan. Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak kepada penulis.

Jakarta, 28 April 2023

Dito Riandana

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dito Riandana

NIM : 44319010034

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Judul Laporan Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI KOTA TANGERANG

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Agustus 2023

Yang menyatakan,



(Dito Riandana)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II .....</b>	<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis .....	26
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital .....	26
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	28
2.2.4 Promosi .....	28
2.2.5 New Media (Media Baru) .....	29

2.2.6 Media Digital .....	31
2.2.7 Financial Teknologi .....	31
2.2.8 Teori Technology Acceptance Model (TAM) .....	32
2.2.9 Perilaku Konsumen .....	35
2.2.10 Konsumen .....	36
2.2.11 Perilaku Konsumtif .....	36
2.2.12 Terbentuknya Perilaku Konsumtif .....	36
2.2.13 Karakteristik Perilaku Konsumtif .....	37
2.2.14 Indikator Perilaku Konsumtif .....	37
2.3 Hipotesis Penelitian .....	38
<b>BAB III.....</b>	<b>40</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	40
3.2 Metode Penelitian .....	41
3.3 Populasi dan Sampel .....	42
3.3.1 Populasi .....	42
3.3.2 Sampel .....	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	42
3.4 Definisi Konsep dan Operasional .....	44
3.4.1 Definisi Konsep .....	44
3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.5.1 Data Primer .....	51
3.5.2 Data Sekunder .....	53
3.5.3 Uji Validitas .....	53
3.5.4 Uji Realibilitas .....	58
3.6 Teknik Analisis Data .....	60
3.6.1 Tahap Penyuntingan (Editing) .....	60
3.6.2 Proses Pengkodean Data (Coding) .....	61
3.6.3 Analisis Korelasi .....	63
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	65



3.6.5 Uji Hipotesis Statistik .....	67
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
3. 7. Hipotesa.....	68
<b>BAB IV .....</b>	<b>70</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	70
4.1.1 Dompot Digital DANA.....	70
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan Dompot Digital DANA .....	72
4.1.3 Fitur-fitur Pada Dompot Digital DANA.....	73
4.2 Hasil Penelitian .....	75
4.2.1. Deskripsi Data Karakteristik Responden .....	75
4.2.2. Analisis Data .....	79
4.2.2.1 Hasil Penelitian Variabel X (Penggunaan Dompot Digital DANA) .....	79
4.2.2.2. Hasil Penelitian Variabel Y (Perilaku Konsumtif).....	95
4.2.2.3 Uji Normalitas .....	101
4.2.2.4 Uji Regresi Linear Sederhana.....	102
4.2.2.5 Uji Korelasi .....	103
4.2.2.6 Koefisien Determinasi.....	105
4.2.2.7 Uji t (Uji Hipotesis).....	105
4.3 Pembahasan.....	106
<b>BAB V.....</b>	<b>113</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>113</b>
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114
5.2.1 Saran Akademis .....	114
5.2.2 Saran Praktis .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3. 1 Operasionalisasi konsep .....	48
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	52
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	54
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	57
Tabel 3. 5 Reliability Statistic X .....	59
Tabel 3. 6 Reliability Statistic Y .....	59
Tabel 3. 7 Tabel Scoring .....	62
Tabel 3. 8 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	63
Tabel 3. 9 Nilai Koefisien Korelasi .....	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	75
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	75
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal .....	76
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	77
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	77
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	78
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan Mengenai Dompet Digital DANA .....	78
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Dompet Digital DANA .....	79
Tabel 4. 9 Variabel X DANA memberikan kemudahan dalam hal penggunaannya serta pengaplikasiannya .....	79
Tabel 4. 10 Variabel X Menggunakan DANA untuk transaksi pembayaran terasa lebih praktis .....	80
Tabel 4. 11 Variabel X Aplikasi DANA mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna baru .....	81
Tabel 4. 12 Variabel X Saya merasa mudah melakukan top-up DANA via bank/atm, mbanking dan lainnya .....	82

Tabel 4. 13 Varibel X Saya Mudah Memahami Fitur Yang Ada Pada Aplikasi Dompot Digital DANA .....	83
Tabel 4. 14 Varibel X Saya rasa dengan menggunakan dompet digital DANA dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja.....	84
Tabel 4. 15 Varibel X Menggunakan dompet digital DANA akan meningkatkan efektivitas saya dalam menyelesaikan suatu transaksi.....	85
Tabel 4. 16 Varibel X Menggunakan dompet digital DANA akan memungkinkan saya lebih cepat dalam menyelesaikan transaksi .....	86
Tabel 4. 17 Varibel X Menggunakan dompet digital DANA sangat memudahkan dan menghemat waktu saya dalam melakukan aktivitas transaksi .....	87
Tabel 4. 18 Varibel X Saya merasa bahwa dompet digital DANA sangat berguna untuk saya melakukan transaksi.....	88
Tabel 4. 19 Varibel X Saya berkeinginan dalam menggunakan dompet digital DANA sebagai sistem pembayaran .....	89
Tabel 4. 20 Varibel X Saya memiliki niat untuk menggunakan aplikasi dompet digital DANA.....	90
Tabel 4. 21 Varibel X Saya akan merekomendasikan dompet digital DANA.....	91
Tabel 4. 22 Varibel X Saya menggunakan DANA sebagai pembayaran elektronik .....	92
Tabel 4. 23 Varibel X Saya memilih untuk menggunakan aplikasi DANA dalam setiap transaksi saya apabila menyidiakan metode pembayaran menggunakan aplikasi DANA.....	93
Tabel 4. 24 Varibel X Secara keseluruhan saya merasa puas menggunakan aplikasi dompet digital DANA .....	94
Tabel 4. 25 Varibel Y Kemudahan penggunaan e-wallet DANA meningkatkan sikap konsumtif saya untuk melakukan transaksi di e-commerce dan merchant...95	95
Tabel 4. 26 Varibel Y Adanya promo dan diskon dan cashback untuk pembayaran melalui e--wallet DANA membuat saya tergiur untuk melakukan transaksi di e-commerce dan merchant .....	96

Tabel 4. 27 Variabel Y Saya menggunakan dompet digital DANA untuk melakukan transaksi pembayaran tiket bioskop hanya untuk mencari kesenangan .....	97
Tabel 4. 28 Variabel Y Saya menggunakan dompet digital DANA untuk melakukan transaksi pembayarran di di e-commerce hanya untuk mencari kesenangan .....	98
Tabel 4. 29 Variabel Y Saya menggunakan dompet digital DANA karena mengejar cashback bukan karena kebutuhan .....	99
Tabel 4. 30 Variabel Y Penawaran cashback e-wallet DANA yang banyak meningkatkan hasrat untuk berbelanja yang tidak diperlukan.....	100
Tabel 4. 31 Hasil Uji Normalitas .....	101
Tabel 4. 32 Hasil Uji Regresi .....	102
Tabel 4. 33 Nilai Koefisien Korelasi.....	104
Tabel 4. 34 Hasil Uji Korelasi.....	104
Tabel 4. 35 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	105
Tabel 4. 36 Hasil Uji t .....	105



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Uang Elektronik Beredar Di Indonesia.....	3
Gambar 4 1 Logo Aplikasi Dompot Digital DANA .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

<u>LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN</u> .....	119
<u>Varibel Penggunaan Dompot Digital DANA (X)</u> .....	123
<u>Varibel Perilaku Konsumtif (Y)</u> .....	125
<u>Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden</u> .....	126
<u>Lampiran 3 Tabulasi Data Instrumen Penelitian Variabel Penggunaan Dompot Digital DANA (X)</u> .....	134
<u>Lampiran 4 Tabulasi Data Instrumen Penelitian Variabel Perilaku Konsumtif (Y)</u> .....	138
<u>Lampiran 5 Uji Validitas Variabel Penggunaan Dompot Digital DANA (X)</u> ....	142
<u>Lampiran 6 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)</u> .....	145
<u>Lampiran 7 Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan Dompot Digital DANA (X)</u>	146
<u>Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)</u> .....	147
<u>Lampiran 9 Uji Normalitas</u> .....	148
<u>Lampiran 10 Uji Regresi Linear Sederhana</u> .....	148
<u>Lampiran 11 Uji Korelasi</u> .....	149
<u>Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi</u> .....	149
<u>Lampiran 13 Uji T</u> .....	149
<u>Lampiran Curriculum Vitae</u> .....	150