

***PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KEPUASAN KONSUMEN,
PREFERENSI KONSUMEN, DAN PROMOSI TERHADAP PENGGUNAAN
DOMPET ELEKTRONIK GO-PAY***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Shelia Regita Pasaribu

NPM: 15 03 22432

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,**

JULI 2019

Skripsi

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KEPUASAN KONSUMEN,
PREFERENSI KONSUMEN, DAN PROMOSI TERHADAP PENGGUNAAN
DOMPET ELEKTRONIK GO-PAY**

Shelia Regita Pasaribu
NPM: 15 03 22432

telah dipertahankan di depan P... pada tanggal 15 Juli 2019 dan
dinyatakan telah memenuhi persyaratan sebagai salah satu
persyaratan... (SI)

Fakultas... Yogyakarta

Disusun oleh:

Shelia Regita Pasaribu

NPM: 15 03 22432

Ketua P...

Pengaji

Prof. Dr. M...

ST, MBA

Telah dibaca dan disetujui oleh:


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Pembimbing

Yogyakarta, 25 Juli 2019

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Jaya Yogyakarta



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

12 Juni 2019

Drs. Dedi Supriadi, MBA, Ph.D.

Skripsi

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KEPUASAN KONSUMEN,
PREFERENSI KONSUMEN, DAN PROMOSI TERHADAP PENGGUNAAN
DOMPET ELEKTRONIK GO-PAY**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Shelia Regita Pasaribu
NPM: 15 03 22432**

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 18 Juli 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1)

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Nadia Nila Sari, SE, MBA.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 25 Juli 2019

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

***PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KEPUASAN KONSUMEN,
PREFERENSI KONSUMEN, DAN PROMOSI TERHADAP PENGGUNAAN
DOMPET ELEKTRONIK GO-PAY***

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan plagiasi pada penyusunan dan pembuatan skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 Juni 2019

Yang menyatakan



Shelia Regita Pasaribu

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus, atas segala berkatNya dan penyertaanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen, Kepuasan Konsumen, Preferensi Konsumen, dan Promosi terhadap Penggunaan Dompot Elektronik GO-PAY”, dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan penyertaan-Nya yang selalu ada untuk penulis, dan atas kekuatan dan penghiburan yang diberikanNya dalam masa-masa sulit penulis.
- 2) Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang selalu menuntun penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 3) Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku Dekan 1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- 4) Segenap Dosen Program Studi Manajemen dan segenap Staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta untuk pengajaran dan bimbingannya.
- 5) Segenap responden penelitian ini yang telah bersedia mengisi kuesioner dan menyebarkan penelitian penulis.

- 6) Keluarga inti penulis, mami yang selalu mendoakan dan menghibur penulis, papi yang selalu mendoakan dan mengarahkan jalan penulis, kakak Sarah yang selalu menyayangi penulis dan menghibur penulis, adik Hans yang selalu mendoakan penulis.
- 7) Keluarga besar Jogja, Tulang Bobo dan Nantulang Esther yang menjadi orangtua penulis di Jogja, terimakasih untuk kasih sayang dan makanan rumah yang selalu hangat.
- 8) Sepupu-sepupu cantik dan ganteng penulis, Lala yang menyemangati dengan Chatime, Rosa yang selalu ada untuk penulis kapanpun, Kesia yang selalu membuat penulis tertawa, Hana adik yang cantik, Cua adik ganteng yang selalu siap memijat penulis, dan Samuel adik ganteng yang suka menyanyi.
- 9) POTENSI UAJY, untuk Wulan, Devita, Nanda, dan Fridha, terimakasih untuk pertemanannya.
- 10) PAOK CLUB, untuk Edo yang setiap hari mewarnai hari-hari penulis, Yandi yang selalu joget bersama penulis, Ageb yang menyayangi penulis sebagai sesama introvert.
- 11) Teman-teman yang membantuku mengerjakan penelitian ini, tanpa kalian penelitian ini tidak akan selesai, untuk Dicky yang selalu membantu semuanya dan tidak mengeluh, untuk Galuh Laksita yang menjadi teman seperpus setiap harinya, Willy yang selalu mendorong maju penulis.
- 12) GDZ MDZ Family untuk Bayu, Bintang, Chris, Dion, Devita, Edo, Firna, Genni, Kelvin, Mici, Nanda Mace, Nanda Putu, Irfan, Wulan, Yandi, tanpa kalian penulis hanyalah butiran debu.

13) Teman-teman KKN Kelompok 117, Dicky, Anthony, Toni, Bang Ari, Bastian, Sharon, Vira, dan Ageb untuk keluarganya selama satu semester.

14) Teman-teman penulis yang membantu penulis menghadapi badai cobaan hidup Tamara Diella, Auldina, Jeje, Noel, Mayang, Zizi, Agatha, Geraldo, Johan, Ita, Lala, Tata, Mba Tuti, Kak Lesty, Niken, Diana, Rigen, Deva, kak Firman, Bayu, kak Albert, Mba Vivi, Kak Alex, Kak Eka, gek Ayu.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan inspirasi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya terhadap masalah yang berkaitan. Terima kasih.

Yogyakarta, 18 Juni 2019

Shelia Regita Pasaribu

MOTTO

Jeremiah 32 : 27

“I Am The Lord, The God of All Mankind.

Is Anything Too Hard For Me?”

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
INTISARI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. Persepsi Konsumen	11
2.1.1.1. Pengertian Persepsi Konsumen	11
2.1.1.2. Proses Persepsi Konsumen	12

2.1.2. Model <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	16
2.1.2.1. Kemudahan dalam Penggunaan	18
2.1.2.2. Kegunaan	18
2.1.2.3. Kepercayaan	19
2.1.2.4. Pengaruh Sosial	19
2.1.2.5. Efikasi Diri	20
2.1.2.6. Keamanan	21
2.1.3. Kepuasan Konsumen	21
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	21
2.1.3.2. Dimensi Pengembangan Kepuasan Konsumen ..	23
2.1.4. Preferensi Konsumen.....	25
2.1.4.1. Pengertian Preferensi Konsumen	25
2.1.4.2. Proses Terjadinya Preferensi Konsumen	26
2.1.4.3. Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen	27
2.1.4.4. Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	34
2.1.5. Promosi Penjualan	39
2.1.5.1. Pengertian Promosi Penjualan	42
2.1.5.2. Kategori Promosi Penjualan	43
2.1.6. Segmentasi Demografi	48
2.1.7. <i>Financial Technology</i>	51

2.1.8. Uang Elektronik.....	54
2.1.9. Uang Elektronik GO-PAY.....	57
2.1.10. Penggunaan Uang Elektronik GO-PAY di Indonesia.....	62
2.1.11. Promosi Penjualan yang Dilakukan oleh GO-PAY.....	64
2.2. Penelitian Terdahulu	74
2.3. Pengembangan Hipotesis	98
2.3.1. Persepsi - Penggunaan GO-PAY	98
2.3.2. Kepuasan - PenggunaanGO-PAY	101
2.3.3. Preferensi - Penggunaan GO-PAY	101
2.3.4. Promosi - Penggunaan GO-PAY	102
2.3.5. Karakteristik Demografis – Persepsi, Kepuasan, Preferensi, Promosi, dan Penggunaan GO-PAY	103
2.4. Kerangka Pemikiran	105
BAB III METODE PENELITIAN	106
3.1. Pendekatan Penelitian	106
3.2. Teknik Pengumpulan Data	106
3.3. Sampel Penelitian	107
3.4. Teknik Pengujian Data dan Hipotesis	108
3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif	110
3.4.2. Tabulasi Silang (<i>Cross Tabulation</i>)	110
3.4.3. Uji Validitas	110
3.4.4. Uji Reliabilitas	112
3.4.5. Analisis Regresi	113

3.4.5.1 Model Regresi Linear Berganda	114
3.4.5.2 Uji F	114
3.4.5.3 <i>Adjusted R Square</i>	115
3.4.5.4 Uji t	115
3.4.6. Independent Samples t-Test	116
3.5. Definisi Operasional	116
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	121
4.1. Hasil Pengumpulan Data	121
4.2. Deskripsi Responden	121
4.3. Hasil Tabulasi Silang (<i>Cross Tabulation</i>)	127
4.3.1. Untuk Intensitas Penggunaan	127
4.3.2. Untuk Nominal Top-up	132
4.3.3. Untuk Transaksi yang Sering Dilakukan	137
4.4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	143
4.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	145
4.5.1. Interpretasi Model Regresi.....	145
4.5.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	147
4.5.3. Hasil Koefisien Determinasi	146
4.5.4. Hasil Uji t	147
4.7. Hasil Independent Samples t-Test	150
4.7.1. Hasil Uji Beda Gender terhadap Variabel Independen.....	150
4.7.2. Hasil Uji Beda Usia terhadap Variabel Independen.....	151
4.7.3. Hasil Uji Beda Gender terhadap Penggunaan GO-PAY...151	

4.7.4. Hasil Uji Beda Usia terhadap Penggunaan GO-PAY.....	152
BAB V PENUTUP	153
5.1. Kesimpulan	153
5.2. Implikasi Manajerial	154
5.3. Keterbatasan Penelitian	159
5.4. Saran	160
DAFTAR PUSTAKA	161
DAFTAR LAMPIRAN	170

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Transaksi Uang Elektronik di Indonesia	3
Tabel 2.1 Daftar Uang Elektronik di Indonesia	56
Tabel 2.2 Pengguna Uang Elektronik di Indonesia	63
Tabel 2.3 Alasan Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia	64
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	74
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas	111
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	113
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	116
Tabel 4.1 Karakteristik Pengguna GO-PAY berdasarkan Jenis Kelamin ...	122
Tabel 3.3 Karakteristik Pengguna GO-PAY berdasarkan Usia	123
Tabel 4.3 Karakteristik Pengguna GO-PAY berdasarkan Pendapatan	124
Tabel 4.4 Karakteristik Pengguna GO-PAY berdasarkan Pekerjaan	125
Tabel 4.5 Karakteristik Pengguna GO-PAY berdasarkan Intensitas Penggunaan GO-PAY	125
Tabel 4.6 Karakteristik Pengguna GO-PAY berdasarkan Nominal <i>Top-up</i>	126
Tabel 4.7 Hasil Crosstab Gender – Intensitas Penggunaan	127
Tabel 4.8 Hasil Chi-Square Gender – Intensitas Penggunaan.....	128
Tabel 4.9 Hasil Crosstab Usia – Intensitas Penggunaan	129

Tabel 4.10 Hasil Chi-Square Usia – Intensitas Penggunaan	129
Tabel 4.11 Hasil Crosstab Pendapatan – Intensitas Penggunaan	130
Tabel 4.12 Hasil Chi-Square Pendapatan – Intensitas Penggunaan	131
Tabel 4.13 Hasil Crosstab Pekerjaan – Intensitas Penggunaan.....	131
Tabel 4.14 Hasil Chi-Square Pekerjaan – Intensitas Penggunaan.....	132
Tabel 4.15 Hasil Crosstab Gender – Nominal <i>Top-up</i>	132
Tabel 4.16 Hasil Chi-Square Gender – Nominal <i>Top-up</i>	133
Tabel 4.17 Hasil Crosstab Usia – Nominal <i>Top-up</i>	133
Tabel 4.18 Hasil Chi-Square Usia – Nominal <i>Top-up</i>	134
Tabel 4.19 Hasil Crosstab Pendapatan – Nominal <i>Top-up</i>	135
Tabel 4.20 Hasil Chi-Square Pendapatan – Nominal <i>Top-up</i>	135
Tabel 4.21 Hasil Crosstab Pekerjaan – Nominal <i>Top-up</i>	136
Tabel 4.22 Hasil Chi-Square Pekerjaan – Nominal <i>Top-up</i>	136
Tabel 4.23 Hasil Crosstab Gender– Transaksi yang Sering Dilakukan	137
Tabel 4.24 Hasil Chi-Square Gender– Transaksi yang Sering Dilakukan	138
Tabel 4.25 Hasil Crosstab Usia– Transaksi yang Sering Dilakukan.....	139
Tabel 4.26 Hasil Chi-Square Usia – Transaksi yang Sering Dilakukan	139
Tabel 4.27 Hasil Crosstab Pendapatan– Transaksi yang Sering Dilakukan....	140
Tabel 4.28 Hasil Chi-Square Pendapatan – Transaksi yang Sering Dilakukan	141
Tabel 4.29 Hasil Crosstab Pekerjaan – Transaksi yang Sering Dilakukan	142

Tabel 4.30 Hasil Chi-Square Pekerjaan – Transaksi yang Sering Dilakukan.	142
Tabel 4.31 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	143
Tabel 4.32 Tabel Hasil Regresi Berganda	145
Tabel 4.33 Hasil Uji Simultan (Uji F)	145
Tabel 4.34 Hasil Koefisien Determinasi	146
Tabel 4.35 Hasil Uji Beda Gender terhadap Variabel Independen	150
Tabel 4.36 Hasil Uji Beda Usia terhadap Variabel Independen	151
Tabel 4.37 Hasil Uji Beda Gender terhadap Penggunaan GO-PAY	151
Tabel 4.38 Hasil Uji Beda Usia terhadap Penggunaan GO-PAY	152

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Sikap Pembelian Konsumen	27
Gambar 2.2 Model Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	34
Gambar 2.3 Konsep Bauran Pemasaran	40
Gambar 2.4 Konsep Bauran Promosi	42
Gambar 2.5 Evolusi GO-PAY	59
Gambar 2.6 Promosi Potongan Harga Makanan Ramayana oleh GO-PAY	65
Gambar 2.7 Daftar Harga Promosi GO-PAY untuk Ramayana	65
Gambar 2.8 Promosi GO-PAY untuk Produk <i>Fashion</i> Ramayana	66
Gambar 2.9 Promosi GO-PAY untuk Alfamart	66
Gambar 2.10 Promosi Voucher Alfamart oleh GO-PAY	67
Gambar 2.11 Promosi Voucher GO-CAR oleh GO-PAY	67
Gambar 2.12 Promosi GO-MASSAGE dengan Kode Promo	68
Gambar 2.13 Promosi GO-LIFE dengan Kode Promo	68
Gambar 2.14 Promosi Gratis Ongkir GO-FOOD oleh GO-PAY	69
Gambar 2.15 Promosi Cashback Chatime oleh GO-PAY	69
Gambar 2.16 Promosi Cashback Gramedia oleh GO-PAY	70
Gambar 2.17 Promosi Cashback GO-TIX oleh GO-PAY	70

Gambar 2.18 Promosi GO-POINTS oleh GO-PAY	71
Gambar 2.19 Promosi GO-PAY PAYDAY Oktober oleh GO-PAY	72
Gambar 2.20 Promosi GO-PAY PAYDAY September oleh GO-PAY.....	73
Gambar 2.21 Promosi GO-FOOD Festival oleh GO-PAY	74
Gambar 2.22 Promosi GO-FOOD Festival Mei oleh GO-PAY	74
Gambar 2.23 Kerangka Pemikiran	105

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN, KEPUASAN KONSUMEN,
PREFERENSI KONSUMEN, DAN PROMOSI TERHADAP
PENGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK GO-PAY**

**Disusun Oleh :
Shelia Regita Pasaribu
MF. Shellyana Junaedi**

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi konsumen, kepuasan konsumen, preferensi konsumen dan promosi terhadap penggunaan dompet elektronik GO-PAY. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh peneliti melalui kuesioner online dengan mengambil sampel sebanyak 155 responden dengan teknik *purposive sampling*. Lokasi penelitian ini bertempat di kota Yogyakarta, Indonesia. Alat analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda untuk menguji apakah variabel dependen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen secara objektif, dan untuk melihat derajat dan karakter dari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Hasil penelitian menemukan bahwa persepsi konsumen memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan GO-PAY, yang artinya semakin baik persepsi konsumen terhadap GO-PAY, maka akan meningkatkan penggunaan konsumen terhadap GO-PAY. Selain itu, kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan GO-PAY, yang artinya, jika konsumen produk nyata GO-PAY sesuai dengan ekspektasi, maka penggunaan GO-PAY akan meningkat. Selanjutnya, preferensi konsumen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan GO-PAY, sedangkan promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan GO-PAY, dan merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap penggunaan GO-PAY diantara keempat variabel lainnya.

Kata Kunci: persepsi, kepuasan, preferensi, promosi, GO-PAY