

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN JASA DOMPET ELEKTRONIK OVO DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

ALBERT CLARENCE GUNAWAN

NIM : 1610412110005



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
BANJARMASIN**

2023

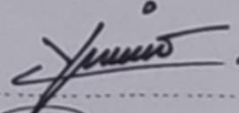
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN LAYANAN JASA DOMPET ELEKTRONIK OVO DI
KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Albert Clarence Gunawan
NIM : 1610412110005
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji :

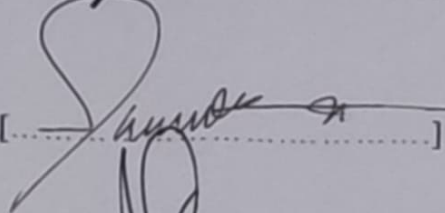
a. Pembimbing

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M. AB
NIP. 197511052001122001

[.....]

b. Penguji I

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
NIP. 197606132006041001

[.....]

c. Penguji II

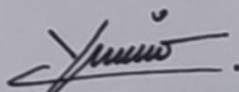
Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP. 197604132000121002

[.....]

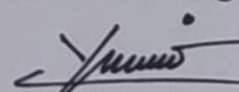
Banjarmasin, 30 Agustus 2023

Koordinator

Prodi Administrasi Bisnis



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M. AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M. AB
NIP. 197511052001122001



Mengetahui,
Dekan FISIP UNLAM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi S.Sos, M.Si
NIP. 197511052001122001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 3730/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
2. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
3. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Albert Clarence Gunawan
NIM : 1610412110005
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap
Minat Menggunakan Layanan Jasa Dompot Elektronik OVO

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 27 Juni 2023
J a m : 10.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang 2

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 21 Juni 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 27 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3730 /UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 21 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Albert Clarence Gunawan
NIM : 1610412110005
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Jasa Dompot Elektronik OVO
Tempat Ujian : Ruang Sidang 2
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 80,67 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

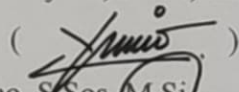
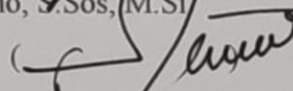
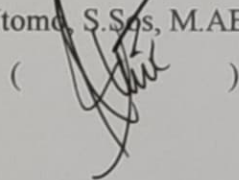
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 27 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Albert Clarence Gunawan

1. Ketua : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
()
2. Sekretaris : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
()
3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :

Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

NIP. 1951052001122001

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih kepada Tuhan yang Maha ESA, atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Iklan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Jasa Dompot Elektronik OVO di Banjarmasin” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Penulisan skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik atas bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberikan masukan, saran, nasehat, dan dukungan kepada penulis sejak awal pembuatan skripsi sampai terselesaikannya Skripsi ini.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti selama menempuh kuliah.

5. Bapak Dr. Maryono S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji I Skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan Skripsi sehingga dapat terselesaikan.
6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji II Skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan Skripsi sehingga dapat terselesaikan.
7. Seluruh dosen pengajar dan pegawai Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
8. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu penulis mendapatkan informasi dan segala urusan kampus.

Dengan memanjatkan doa semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, serta pengetahuan yang diberikan oleh seluruh pihak kepada penulis. Akhir kata saya mempersembahkan karya ini untuk kalian orang-orang yang membutuhkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, dan pembaca yang memerlukannya.

Banjarmasin, Juli 2023

Albert Clarence Gunawan

PERNYATAAN ORISIALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasi orang lain terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 15 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,



Albert Clarence Gunawan
1610412110005

ABSTRAK

Albert Clarence Gunawan, 1610412110005, Pengaruh Iklan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Jasa Dompot Elektronik OVO di Banjarmasin dibawah bimbingan Nurul Wahyuni.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan Iklan, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat menggunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang sampel nya berjumlah 110 responden dengan teknik pengambilan *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner dan analisis data menggunakan Analisis Linier Berganda dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Iklan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan. Variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan. Secara simultan Variabel Iklan dan Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menggunakan.

Kata kunci : Iklan, Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan

ABSTRACT

Albert Clarence Gunawan, 1610412110005. The Influence of Advertisement and ease of use on interest in using electronic service OVO in Banjarmasin under guidance of Nurul Wahyuni.

This study aims to examine the effect of partially and simultaneously advertising, ease of use on interest in using. This study used a quantitative approach with a sample of 110 respondents using the Accidental Sampling technique. Data collection techniques using questionnaires and data analysis using Multiple Linear Analysis with the help of SPSS 25.

The results of the study show that the advertising variable has a significant effect on the intention to use. The Ease of Use variable has a significant effect on Interest in Using. Simultaneously the Advertising Variables and Ease of Use have a significant effect on Interest in Using.

Keywords : *Advertisement, Ease of Use, Interest of Using*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
2.1 Tinjauan Teoritis	21
2.1.1 Pemasaran	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran	21
2.1.3 Bauran Pemasaran	22
2.1.4 Promosi	24
2.1.4.1 Definisi Promosi	24
2.1.4.2 Bauran Promosi	25
2.1.5 Iklan	26
2.1.5.1 Definisi Iklan	26
2.1.5.2 Tujuan Iklan	27
2.1.5.3 Faktor-faktor Iklan	28
2.1.5.4 Sifat-sifat Iklan	29
2.1.5.5 Indikator Iklan	30
2.1.6 Kemudahan penggunaan	30
2.1.6.1 Definisi Kemudahan Penggunaan	30
2.1.6.2 Faktor-faktor Kemudahan Penggunaan	32
2.1.6.3 Indikator Kemudahan Penggunaan	32
2.1.7 Minat beli	33
2.1.7.1 Definisi Minat Beli	33
2.1.7.2 Tahapan Minat Beli	34
2.1.7.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	35
2.1.7.4 Indikator Minat Beli	36
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	36
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Pendekatan Penelitian	46

3.2 Desain Penelitian.....	46
3.3 Lokasi Penelitian.....	46
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Besar Sampel.....	47
3.4.3 Teknik Sampling.....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.5.1 Variabel Iklan (X1).....	48
3.5.2 Variabel Kemudahan Penggunaan (X2).....	49
3.5.3 Variabel Minat Beli (Y).....	49
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6.1 Data Primer.....	51
3.6.2 Data Sekunder.....	52
3.7 Teknik Analisa Data.....	52
3.7.1 Skala Pengukuran.....	52
3.7.2 Deskriptif Statistik.....	53
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.7.3.1 Uji Validitas.....	53
3.7.3.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.4.1 Uji Normalitas.....	56
3.7.4.2 Uji Multikolinieritas.....	56
3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.7.6 Alat Uji Hipotesis.....	58
3.7.6.1 Uji Parsial (Uji t).....	58
3.7.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	59
3.7.6.3 Koefisien Determinasi.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	61
4.1 Profil Responden.....	61
4.2 Deskriptif Statistik.....	63
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Iklan (X1).....	64
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan (X2).....	68
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Variabel Minat Beli (Y).....	72
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	73
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	73
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	75
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	76
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	76
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.6 Pengujian Hipotesis.....	83

4.6.1 Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Statistik Uji t).....	83
4.6.2 Hasil Uji Regresi Secara Simultan (Statistik Uji F).....	85
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinansi.....	86
BAB V PEMBAHASAN HASIL	89
5.1 Interpretasi Hasil.....	89
5.1.1 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli.....	89
5.1.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	90
5.1.3 Pengaruh Iklan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	91
5.2 Implikasi Penelitian.....	92
5.2.1 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli.....	92
5.2.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	93
5.2.3 Pengaruh Iklan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli.....	94
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	96
BAB VI PENUTUP	97
6.1 Kesimpulan.....	97
6.2 Saran.....	97
6.2.1 Saran Akademis.....	97
6.2.2 Saran Praktis.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1	Daftar Dompok Digital Di Indonesia Tahun 2021	6
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	53
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden	53
Tabel 3.4	Interpretasi Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.1	Sebaran Usia Responden	61
Tabel 4.2	Sebaran Jenis Kelamin Responden	62
Tabel 4.3	Sebaran Jenis Pekerjaan Responden	63
Tabel 4.4	Deskriptif Frekuensi Variabel Iklan (X1)	64
Tabel 4.5	Deskriptif Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)	68
Tabel 4.6	Deskriptif Frekuensi Variabel Minat Beli (Y)	72
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	82
Tabel 4.13	Hasil Uji Parsial (Uji t)	84
Tabel 4.14	Hasil Uji Simultan (Uji F)	85
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Transaksi Uang Elektronik Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2	Volume Pencarian Dompot Elektronik Tahun 2018	8
Gambar 1.3	Iklan OVO.....	15
Gambar 2.1	Komponen 4P Dalam Bauran Pemasaran.....	24
Gambar 2.2	Model Penelitian	45
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Dengan Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	78
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram.....	78
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan <i>Scatterplot</i>	80
Gambar 4.4	Model Hasil Akhir Penelitian	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data.....	103
Lampiran 2 Kuesioner.....	105
Lampiran 3 Data <i>Output</i>	109