



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI
REKSA DANA PADA APLIKASI *FINTECH* “BIBIT”**

SKRIPSI

AULIA RISKIA 1810111053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI
REKSA DANA PADA APLIKASI *FINTECH* “BIBIT”**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**

AULIA RISKIA 1810111053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Aulia Riskia

NIM : 1810111053

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 05 Januari 2022

Yang menyatakan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a red official stamp. The stamp is a circular seal with the text 'METRA TEMPEL' and a serial number 'CE2AJX644698393' below it. To the left of the stamp is a vertical barcode-like element with the text 'SERIAL PABEL RIJAN' written vertically.

(Aulia Riskia)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Riskia
NIM : 1810111053
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : SI Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Analisis Keputusan Pembelian Produk Investasi Reksa Dana Pada Aplikasi
Fintech “Bibit”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formalkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetao mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 05 Januari 2022

Yang menyatakan


METERAN
TEMPEL
3ABA JX614698400
(Aulia Riskia)

SKRIPSI

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI REKSA DANA PADA APLIKASI *FINTECH* “BIBIT”

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AULIA RISKIA 1810111053

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 22 Oktober 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., M.Si

Ketua Penguji



**Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM.,
CFMP**

Penguji I



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara,
SE., Ak., M.Ak., CA., CSMS**

Dekan



Jenji Gunaedi, SE., MM

Pembimbing



Wahyudi, SE., MM

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 05 Januari 2022

***Analysis of Purchase Decisions on Mutual Fund Investment Products in the
Fintech Application “Bibit”***

By Aulia Riskia

Abstract

This study was conducted to determine and analyze the effect of sales promotion and social media marketing on purchasing decisions for mutual fund investment products in the fintech Bibit application partially and simultaneously. This type of research is quantitative and uses primary data sources. The object of this research is the user of the Bibit fintech application. The number of samples used were 100 respondents who were selected by accidental sampling technique. Data analysis used descriptive and inferential analysis techniques. Data were collected through questionnaires and tested using the PLS (Partial Least Square) statistical test tool. The results of the test show that: (1) purchasing decisions are influenced by sales promotions, (2) purchasing decisions are also influenced by social media marketing, (3) purchasing decisions are simultaneously influenced by sales promotions and social media marketing. From the results of the study, it is better for the Seeds to be able to implement sales promotions well and improve social media marketing to be able to encourage purchasing decisions for users of the Bibit application.

Keywords : Sales Promotion, Social Media Marketing, Purchasing Decisions, Fintech, Bibit Application.

Analisis Keputusan Pembelian Produk Investasi Reksa Dana Pada Aplikasi *Fintech* “Bibit”

Oleh Aulia Riskia

Abstrak

Penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi penjualan serta pemasaran sosial media terhadap keputusan pembelian produk investasi reksa dana pada aplikasi *fintech* Bibit secara parsial dan simultan. Dengan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan sumber data primer. Objek dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *fintech* Bibit. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang dipilih dengan teknik sampling aksidental. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan inferensial. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan diuji dengan menggunakan alat uji statistik PLS (*Partial Least Square*). Adapun hasil dari pengujian menunjukkan bahwa: (1) keputusan pembelian dipengaruhi oleh promosi penjualan, (2) keputusan pembelian dipengaruhi pula oleh pemasaran media sosial, (3) keputusan pembelian secara simultan juga dipengaruhi oleh promosi penjualan dan pemasaran media sosial. Dari hasil penelitian maka sebaiknya pihak Bibit dapat menerapkan promosi penjualan dengan baik dan meningkatkan pemasaran media sosial untuk dapat mendorong keputusan pembelian pengguna aplikasi Bibit.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Pemasaran Media Sosial, Keputusan Pembelian, *Fintech*, Aplikasi Bibit.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022

Pada hari ini Rabu, tanggal 05 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Aulia Riskia
NIM : 1810111053
Program : Manajemen S.1

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI REKSA DANA
PADA APLIKASI *FINTECH* “BIBIT”**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus /Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

| No. | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|-----|--|----------------|--------------|
| 1 | Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., M.Si | Ketua Penguji | |
| 2 | Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP | Penguji I | |
| 3 | Jenji Gunaedi Argo, SE., MM | Penguji II **) | |

Catatan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing


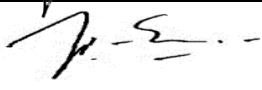
Jakarta, 05 Januari 2022
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprodik Manajemen S1

Wahyudi, SE., MM

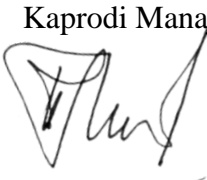
LEMBAR PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2021/2022

1. Nama Mahasiswa : Aulia Riskia
2. NIM : 1810111053
3. Judul Skripsi : Analisis Keputusan Pembelian Produk Investasi Reksa Dana Pada Aplikasi *Fintech* “Bibit”
4. Pembimbing : Jenji Gunaedi Argo, SE., MM
5. Ujian Hari / Tanggal : Rabu, 05 Januari 2022

Telah di Perbaiki Sesuai Lembar Perbaikan

| No. | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|-----|--|----------------|---|
| 1 | Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE., M.Si | Ketua Penguji |  |
| 2 | Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM., CFMP | Penguji I |  |
| 3 | Jenji Gunaedi Argo, SE., MM | Penguji II **) |  |

Jakarta, 05 Januari 2022
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kaprosdi Manajemen S1


Wahyudi, SE., MM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September sampai dengan bulan Desember 2021 dengan judul **“Analisis Keputusan Pembelian Produk Investasi Reksa Dana Pada Aplikasi *Fintech* Bibit”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS., Ketua Jurusan Manajemen Ibu Desmintari, SE., MM., serta Kepala Program Studi S1 Manajemen Bapak Wahyudi, SE., MM. Tidak lupa juga, terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Jenji Gunaedi Argo, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, saran-saran serta motivasi yang sangat bermanfaat selama berjalannya penelitian ini. Serta terima kasih kepada staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta yang telah membantu dalam pelaksanaan penyelesaian penelitian ini.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ayah, Mamah, Adik serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Doni Ariandi, Mardah Pristy, Pebriyanti, Biah, Fira, Firyal, Neneng dan Insyaallah sukses grup yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis serta teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namanya. Terima kasih pula pada seluruh keluarga KSPM UPN Veteran Jakarta yang selalu setia memberikan doa dan dukungan hingga selesainya penelitian ini. Terkhusus juga terima kasih kepada BIBIT yang telah membantu jalannya penelitian ini hingga dapat selesai dengan baik. Penulisan karya ilmiah ini tidak lepas dari sempurna, penulis pun menyadari bahwa kekeliruan sangat mungkin terjadi. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, Desember 2021

Aulia Riskia

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN SAMBUNG | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| PENGESAHAN | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI..... | viii |
| LEMBAR PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI..... | ix |
| PRAKATA..... | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen..... | 13 |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.1.4 Promosi Penjualan | 16 |
| 2.1.5 Social Media Marketing | 19 |
| 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya | 20 |
| 2.3 Model Penelitian Empiris | 26 |
| 2.3.1 Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.3.2 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.3.3 Promosi Penjualan dan <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 28 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN | 29 |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 29 |
| 3.1.1 Definisi Operasional..... | 29 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel | 29 |
| 3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel..... | 31 |
| 3.2.1 Populasi | 31 |
| 3.2.2 Sampel..... | 31 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| 3.3.1 Sumber Data..... | 32 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.3.2 | Pengumpulan Data | 32 |
| 3.4 | Teknik Analisa Data | 34 |
| 3.4.1 | Analisis Deskriptif..... | 34 |
| 3.4.2 | Analisis Inferensial..... | 35 |
| 3.4.3 | Uji Validitas..... | 38 |
| 3.4.4 | Uji Reabilitas | 39 |
| 3.4.5 | Uji Hipotesis | 40 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 43 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 43 |
| 4.2 | Deskripsi Data Penelitian | 44 |
| 4.2.1 | Deskripsi Data Responden..... | 44 |
| 4.2.2 | Analisis Data Deskripsi | 49 |
| 4.3 | Uji Hipotesis dan Analisis..... | 53 |
| 4.3.1 | Model Pengukuran (Outer Model)..... | 53 |
| 4.3.1.1 | Uji Validitas..... | 53 |
| 4.3.1.2 | Uji Reliabilitas | 58 |
| 4.3.2 | Model Struktural (inner model) | 61 |
| 4.3.2.1 | Uji R-Square | 61 |
| 4.3.2.2 | Uji Q-Square | 61 |
| 4.3.2.3 | Uji T Statistic..... | 62 |
| 4.3.2.4 | Uji F-Square..... | 63 |
| 4.4 | Pembahasan..... | 65 |
| 4.4.1 | Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian | 65 |
| 4.4.2 | Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian . | 66 |
| 4.4.3 | Pengaruh Promosi Penjualan dan <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 67 |
| 4.5 | Keterbatasan Penelitian | 69 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 70 |
| 5.1 | Kesimpulan | 70 |
| 5.2 | Saran..... | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 72 |
| RIWAYAT HIDUP..... | | 76 |
| LAMPIRAN..... | | 78 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya | 25 |
| Tabel 2. Pengukuran Variabel..... | 30 |
| Tabel 3. Skor Penilaian Berdasarkan Skala Likert..... | 33 |
| Tabel 4. Kisi-Kisi Instrument Penelitian..... | 34 |
| Tabel 5. Interpretasi Nilai Loading Factor | 35 |
| Tabel 6. Rule Of Thumb Uji Validitas Convergent & Uji Validitas Discriminant..... | 38 |
| Tabel 7. Rule Of Thumb Uji Validitas Reabilitas..... | 39 |
| Tabel 8. Outer Loading Factor Variabel Promosi Penjualan (X1)..... | 50 |
| Tabel 9. Outer Loading Factor Variabel Social Media Marketing (X2)..... | 51 |
| Tabel 10. Outer Loading Factor Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 52 |
| Tabel 11. Nilai AVE Variabel Reflektif | 54 |
| Tabel 12. Nilai Cross Loading | 54 |
| Tabel 14. Nilai Fornell Larker Criterion | 55 |
| Tabel 16. Nilai VIF Variabel Formatif | 55 |
| Tabel 17. Re-Estimasi Nilai VIF..... | 57 |
| Tabel 18. Cross Loading Variabel Formatif | 58 |
| Tabel 19. Nilai Composite Reliability | 59 |
| Tabel 20. Nilai Cronbach's Alpha | 59 |
| Tabel 21. Nilai Outer Weight Variabel Social Media Marketing | 60 |
| Tabel 22. Nilai Outer Weight Variabel Keputusan Pembelian | 60 |
| Tabel 23. Uji R-Square | 61 |
| Tabel 24. Uji Q-Square | 62 |
| Tabel 25. Uji T Statistik..... | 62 |
| Tabel 26. Perhitungan Nilai Ftabel | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Digital Financial Services..... | 2 |
| Gambar 2. Grafik Survei Jenis Platform Investasi (2020)..... | 4 |
| Gambar 3. Grafik Total Awarness & TOM Investment | 5 |
| Gambar 4. Grafik The Most Used Media to See the Ads of Investment | 6 |
| Gambar 5. Grafik Social Media Advertising Audience Profile | 7 |
| Gambar 6. Grafik Most-Used Social Media Platforms | 7 |
| Gambar 7. Model Penelitian Empiris..... | 28 |
| Gambar 8. Rumus Lemeshow | 31 |
| Gambar 9. Langkah-langkah PLS | 36 |
| Gambar 10. Rancangan Inner Model | 37 |
| Gambar 11. Rancangan Outer Model..... | 37 |
| Gambar 13. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 45 |
| Gambar 14. Karakteristik responden berdasarkan usia..... | 45 |
| Gambar 15. Karakteristik responden berdasarkan wilayah provinsi | 46 |
| Gambar 16. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir.... | 47 |
| Gambar 17. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan | 48 |
| Gambar 18. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan | 48 |
| Gambar 19. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian | 49 |
| Gambar 20. Outer Model | 53 |
| Gambar 21. Re-Estimasi Nilai VIF Outer Model | 56 |
| Gambar 22. Inner Model | 64 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Penelitian Sebelumnya (<i>Gap Research</i>)..... | 78 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian..... | 80 |
| Lampiran 3 Surat Izin Riset | 85 |
| Lampiran 4 Data Kuesioner 100 Responden | 86 |
| Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden | 93 |
| Lampiran 6 Hasil Output Outer Model SmartPLS 3.2.9..... | 98 |
| Lampiran 7 Hasil Output Inner Model SmartPLS 3.2.9 | 99 |
| Lampiran 8 Hasil Output Model SmartPLS 3.2.9..... | 100 |
| Lampiran 9 Hasil Turnitin..... | 105 |