



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA DI WILAYAH DKI
JAKARTA**

SKRIPSI

WIDIYASTUTI

1810111028

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

2022



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
PENGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA DI WILAYAH DKI
JAKARTA**

SKRIPSI

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

WIDIYASTUTI

1810111028

**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: Widiyastuti

NIM: 1810111028

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

Jakarta, 18 Desember 2021

Yang menyatakan,



Widiyastuti

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama	: Widiyastuti
NIM	: 1810111028
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: S1 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:

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di
Wilayah DKI Jakarta**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 18 Desember 2021

Yang menyatakan,


Widiyastuti

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA DI WILAYAH DKI JAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Widiyastuti 1810111028

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal: 03 Januari 2022

Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Heni Nastiti, MM
Ketua Penguji



Jenji Gunaedi Argo SE, MM
Penguji I



Rosali Sembiring Colia, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara,
SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan



Wahyudi, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di: Jakarta

Pada tanggal: 03 Januari 2022

FACTORS THAT INFLUENCE THE INTENTION TO USE E-WALLET LINKAJA ON DKI JAKARTA

By Widiyastuti

Abstrack

The development of E-wallets is growing rapidly because it's increasingly being adopted by the community, especially when the Covid-19 condition hits, thus creating great opportunities for businesses engaged in the E-wallet industry. One of the players in the digital wallet industry is LinkAja, but there is a problem with the number of LinkAja users and a decrease in the number of users of their service. This study aims to determine, analyze, and prove whether perceptions of convenience, perceived benefits, and sales promotions have an effect on interest in using LinkAja's E-wallet. This study uses a quantitative approach with primary data sources. Respondents in this study were people who knew and have intention to use LinkAja e-wallet in the DKI Jakarta province with. took 100 samples by purposive sampling method. Data was collected by a questionnaire. The analytical technique used in this research is PLS. The results of this study are (1) Perception of convenience has an effect on buying interest, with the original sample value of 18,5%. (2) Perception of Benefits has an effect on buying interest, with the original sample value of 50%. (3) Sales Promotion has an effect on buying interest, with the original sample value of 29%. The Adjusted R-Square result of buying interest is 88,7%, indicating that the research model is very good in interpreting the perception of convenience, perceived benefits, and sales promotion which together contribute to buying interest using the LinkAja.

Keywords: *Benefit Perception, Interested in Use, LinkAja, Perception of convenience, and Sales Promotion.*

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGUNAAN E-WALLET LINKAJA DI WILAYAH DKI JAKARTA

Oleh Widiyastuti

Abstrak

Perkembangan dompet digital semakin pesat karena semakin aktif diadopsi oleh masyarakat terlebih pada saat kondisi Covid-19 melanda, sehingga menjadikan besarnya peluang bagi pebisnis yang bergerak dalam industri dompet digital. Salah satu pemain dalam industri dompet digital yaitu LinkAja, namun terdapat masalah pada jumlah pengguna LinkAja dan penurunan jumlah pengguna layanan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi penjualan berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-wallet* LinkAja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer. Responden pada penelitian ini yaitu orang yang mengenal dan berminat menggunakan *e-wallet* LinkAja di wilayah provinsi DKI Jakarta dengan mengambil 100 sampel dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini adalah (1) Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat beli, dengan nilai *original sample* sebesar 18,5%. (2) Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat beli, dengan nilai *original sample* sebesar 50%. (3) Promosi Penjualan berpengaruh terhadap minat beli, dengan nilai *original sample* sebesar 29%. Hasil *Adjusted R-Square* minat beli adalah 88,7% menandakan model penelitian sangat baik dalam mengartikan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi penjualan secara bersama-sama memiliki kontribusi terhadap minat beli penggunaan *E-Wallet* LinkAja.

Kata Kunci: Minat Penggunaan, LinkAja. Persepsi kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Promosi Penjualan.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
Jalan RS. Fatmawati No.1 Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telp. 021-7656971, Fax.021-7656904

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2021/2022

Hari ini tanggal 3 Januari 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Widiyastuti

NIM : 1810111028

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet
LinkAja di Wilayah DKI Jakarta”**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus** / ~~**Tidak Lulus**~~ *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dra. Heni Nastiti, MM	Ketua Penguji	
2	Jenji Gunaedi Argo SE,MM	Penguji I	
3	Rosali Sembiring Colia, SE, MM	Penguji II **)	

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 3 Januari 2022
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana



Wahyudi.,SE.,MM

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat berhasil diselesaikan tepat waktu. Judul skripsi ini adalah “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E-Wallet* LinkAja di Wilayah DKI Jakarta”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Dian Wicakasih Ariefiara, S.E., Ak., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen, dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Rosali Sembiring Colia, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberi banyak arahan, masukan, dan bantuan yang sangat bermanfaat bagi skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh tenaga kependidikan dan seluruh komponen staf serta karyawan Fakultas Ekonomi Bisnis yang telah memberikan arahan dan bimbingan dan turut serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Di samping itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Hadi Tukimin dan Ibu Parni Anisa serta adik tercinta Andika Pramana yang tidak pernah berhenti memberikan doa, semangat, dan kasih sayang yang mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Tidak lupa juga penulis sampaikan banyak ucapan terima kasih kepada teman-teman terkasih yaitu Tesa, Mely, Fitri, Destri, Ghiffarin, Safa, Denan, Mardah, Bagas, Rahel, Anggun, Fikri, dan Rio yang telah memberikan banyak bantuan, masukan, saran, nasihat, motivasi serta menjadi pendengar yang baik bagi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Kemudian penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman Manajemen S1 angkatan 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat penulis ucapkan terima kasih untuk segala bantuan dan dukungan selama berlangsungnya masa perkuliahan hingga sampai kepada penulisan skripsi ini.

Jakarta, Desember 2021

Widiyastuti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
II.1 Landasan Teori	11
II.1.1 Pemasaran.....	11
II.1.2 Pemasaran Digital.....	12
II.1.3 Perilaku Konsumen	13
II.1.4 Financial Technology	15
II.1.5 <i>E-Wallet</i>	15
II.1.6 Minat Beli.....	16
II.1.7 TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>)	19
II.1.8 Persepsi.....	20
II.1.9 Persepsi Kemudahan	21

II.1.10 Persepsi Manfaat	23
II.1.11 Promosi.....	25
II.1.11.1 Promosi Penjualan.....	27
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	30
II.3 Model Penelitian.....	36
II.3.1 Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli	36
II.3.2 Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli	37
II.3.3 Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli.....	37
II.4 Hipotesis	38
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
III.1.1 Definisi Operasional.....	39
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	40
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	42
III.2.1 Populasi	42
III.2.2 Sampel.....	42
III.3 Teknik Pengumpulan Data	43
III.3.1 Jenis Data	43
III.3.2 Sumber Data.....	43
III.3.3 Pengumpulan Data	44
III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	46
III.4.1 Teknik Analisis Data.....	46
III.4.1.1 Analisis Deskriptif	46
III.4.1.2 Analisis Inferensial.....	46
III.4.2 Uji Hipotesis	53
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	55
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	57
IV.3 Analisis Hasil dan Uji Hipotesis	61
IV.3.1 Analisis Deskriptif	62
IV.3.2 Model Pengukuran (Outer Model).....	63
IV.3.2.1 Uji Validitas	63

IV.3.2.2 Uji Reliabilitas	66
IV.3.3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	67
IV.3.3.1 Uji R-Square	68
IV.3.3.2 Uji Q-Square	68
IV.3.3.3 Uji Hipotesis	69
IV.4 Pembahasan.....	70
IV.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Beli	70
IV.4.2 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli	71
IV.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli	72
IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
V.I Simpulan	74
V.II Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrik Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2. Pengukuran Variabel.....	40
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	43
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen.....	44
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	51
Tabel 6. Nilai Mean, Minimum, Maksimum, dan Std Deviasi	61
Tabel 7. Nilai <i>Cross Loading</i>	63
Tabel 8. <i>Average Variance Extracted</i>	64
Tabel 9. <i>Composite Reliability</i>	65
Tabel 10. <i>Cronbach's Alpha</i>	65
Tabel 11. Nilai <i>R-Square</i>	66
Tabel 12. Nilai <i>Q-Square</i>	67
Tabel 13. Hasil Uji t-Statistik.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penggunaan Layanan Digital di Indonesia Selama Pandemi Covid-19.....	2
Gambar 2. Metode Pembayaran yang Digunakan Responden saat Belanja <i>Online</i>	2
Gambar 3. Kiprah LinkAja di Tahun 2020	4
Gambar 4. Lama Penggunaan Dompot Digital	5
Gambar 5. Dompot Digital Paling Populer	5
Gambar 6. Persentase Responden yang Gunakan Dompot Digital	6
Gambar 7. Penggunaan Transaksi Dompot Digital.....	7
Gambar 8. Model dari <i>Technology Acceptance Model</i>	19
Gambar 9. Model Penelitian Empiris.....	38
Gambar 10. Tahapan PLS	46
Gambar 11. Konstruksi Diagram Jalur	48
Gambar 12. Logo LinkAja	55
Gambar 13. Jenis Layanan LinkAja.....	56
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Domisili.....	60
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Gambar 18. Loading Factor	63
Gambar 19. <i>Inner Model</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden

Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 4. Hasil Analisis Data Deskriptif Menggunakan *Output SmartPLS*

Lampiran 5. Hasil *Output Outer* Model *SmartPLS 3.0*

Lampiran 6. Hasil *Output Inner* Model *SmartPLS 3.0*

Lampiran 7. Hasil *Output* Model *SmartPLS 3.0*