



**ANALISA PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
APLIKASI FINTECH**

**SKRIPSI**

**REYHAN ZHAFRAN 1610111223**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA  
2020**



**ANALISA PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
APLIKASI FINTECH**

**SKRIPSI**

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

**REYHAN ZHAFRAN 1610111223**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA  
2020**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Reyhan Zhafran

NIM : 1610111223

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

Jakarta, 27 Juli 2020

Yang menyatakan,

  
  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
Reyhan Zhafran

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reyhan Zhafran  
NIM : 1610111223  
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 Royalti Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Analisa Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap  
Minat Penggunaan Aplikasi Fintech**

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 : 27 Juli 2020

Yang menyatakan,



# SKRIPSI

## ANALISA PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI FINTECH

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**REYHAN ZHAFRAN 1610111223**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 30 Juni 2020 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Dr. Alfatih S M, SE. M.Si**  
Ketua Peguji



**Yuliniar SE, MM**  
Penguji I



**Dra. A. Bernadin Dwi M.**  
Penguji II (Pebimbing I)



**Dr. Desmentari, SE, M.M.**  
Ketua Jurusan Manajemen



**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 30 Juli 2020

# ***Analysis of Influence of Promotion, Brand Image, and Service Quality on Interests in Using Fintech Applications***

**By**

**Reyhan Zhafran**

## ***Abstract***

*This quantitative research aims to determine the effect of promotion, brand image, and service quality on the interest in using fintech applications. The population in this study is the user of the fintech application. A total of 75 respondents were taken for this study, with the method used was non-probability sampling especially purposive sampling. Data collection is done by distributing questionnaires. For the analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method using SmartPLS3.0 software. With the results of research in the form of (1) Promotion has a significant influence on interest in use with a path coefficient of 0.605. (2) Brand Image has insignificant influence on usage interest with a path coefficient value of 0.257 (3) Service Quality has an insignificant effect on usage interest with a path coefficient value of 0.015. The highest contribution is on the influence of promotion on interest in using the path coefficient of 0.605*

*Keywords: Brand Image, Promotion, , Service Quality, and Use Interests*

# **Analisa Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Fintech**

**Oleh**  
**Reyhan Zhafran**

## **Abstrak**

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, citra merek, dan kualitas layanan terhadap minat penggunaan aplikasi fintech. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi fintech. Sebanyak 75 orang responden yang diambil untuk penelitian ini, dengan metode yang digunakan adalah *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Untuk teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) menggunakan *software SmartPLS3.0*. Dengan hasil penelitian berupa (1) Promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan dengan koefisien jalur sebesar 0.605. (2) Citra Merek memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat penggunaan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.257 (3) Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat penggunaan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.015. Kontribusi tertinggi terdapat pada pengaruh promosi terhadap minat penggunaan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.605.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Layanan, Minat penggunaan, dan Promosi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
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](http://www.upnvj.ac.id), e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari Selasa, tanggal 30 Juni 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Reyhan Zhafran

NIM : 1610111223

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut: Analisa Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Fintech.

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

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S M, SE, M.Si	Ketua	 1.
2	Yuliniar SE, MM	Anggota I	 2.
3	Dra. A.Bernadin Dwi M.	Anggota II **)	 3.

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\* ) Dosen Pembimbing

Jakarta, 30 Juli 2020  
Mengesahkan  
A.n. Dekan  
Kaprodi. Manajemen S.1



Wahyudi, SE, MM



## PRAKATA

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September sampai dengan bulan Desember 2019 dengan judul **“Analisa Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Fintech”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Bapak Drs. Munasiron Miftah, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Wahyudi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bapak Drs. Nurmantias, MM, CFMP selaku dosen pembimbing akademik. Kemudian Ibu Dra. Bernadin Dwi M, MM dan Bapak Dr. Faisal Marzuki, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan memberi saran-saran yang sangat bermanfaat. Serta penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh Dosen, Staff Admin Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan maupun arahan selama penelitian berjalan.

Di samping itu, penulis ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Kusworo Yuli Saputra dan Ibu Fatris Danti selaku orangtua saya serta seluruh keluarga yang tiada henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Hikmatul Fitriani, Achmad Zainul Arifin, Haryo Bimo, Kevin Ryan Fahrezy, Muhammad Rizki Saputra, Rachmat Hutomo Rambe, Ratu Icha Agustin, Siti Fatimah, Sarah Annisa, Teuku Ilyas Renaldi serta teman teman Manajemen 16, MarionJola Gruop, dan para mentor di PT Bank Danamon, TBK yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis, memberikan semangat dan doa serta membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 30 Juli 2020

Reyhan Zhafran

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Sampul</b> .....	<b>i</b>
<b>Halaman Judul</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iiii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>Pengesahan</b> .....	<b>v</b>
<i>Abstract</i> .....	<b>vi</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1. Latar Belakang .....	1
I.2. Rumusan Masalah .....	8
I.3. Tujuan Penelitian.....	8
I.4. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
II.1 Landasan Teori .....	10
II.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
II.1.2. Pengetian Minat.....	16
II.1.3. Pengertian Promosi.....	18
II.1.4. Pengertian Citra Merek.....	23
II.1.5. Kualitas Layanan.....	30
II.2. Model Penelitian Empirik.....	33
II.3. Hipotesis.....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>36</b>
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
III. 1.1. Definisi .....	36
III. 2. Populasi dan Sampel .....	37
III. 2.1. Populasi .....	37

III.2.2.	Sampel.....	37
III. 3.	Teknik Pengumpulan Data .....	38
III. 3.1.	Jenis Data .....	38
III.3.2.	Sumber Data .....	38
III.3.3.	Pengumpulan Data .....	39
III.4.	Teknik Analisis Data .....	40
III.4.1.	Analisis Deskriptif.....	41
III.4.2.	Analisis Inferensial.....	43
III.4.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
III.4.4.	Uji Hipotesis.....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
IV.1.	Deskripsi Objek Penelitian .....	46
IV.1.1	Sejarah Perkembangan Fintech .....	46
IV.1.2.	Perkembangan Dompot Digital di Indonesia.....	47
IV.2.	Deskripsi Data .....	48
IV.2.1.	Deskripsi Data Responden .....	48
VI.2.2.	Analisis Deskriptif .....	50
IV.3.	Uji Hipotesis dan Analisis .....	53
IV.3.1.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	54
IV.3.2.	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	57
IV.4.	Pembahasan.....	60
IV.4.1	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Penggunaan.....	61
IV.4.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Penggunaan .....	62
IV.4.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Penggunaan .....	63
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
V.1.	Simpulan.....	65
V.2.	Keterbatasan Penelitian .....	65
V.3.	Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>68</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Perbandingan Tingkat Penetrasi Digital.....	3
Tabel 2.	Deskripsi alat bauran komunikasi pemasaran terintegrasi .....	17
Tabel 3.	Pengukuran Variabel .....	29
Tabel 4.	Skala Likert .....	32
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen .....	33
Tabel 6.	Peringkat Jawaban Kuesioner .....	35
Tabel 7.	Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden .....	36
Tabel 8.	Jenis Kelamin .....	49
Tabel 9.	Frekuensi Usia.....	49
Tabel 10.	Pekerjaan/Status .....	50
Tabel 11.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Penggunaan .....	51
Tabel 12.	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Promosi .....	51
Tabel 1.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	52
Tabel 2.	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan.....	53
Tabel 15.	Outer Loading Factor Hasil Output PLS.....	55
Tabel 16.	Fornell-Lacker Criterium .....	56
Tabel 17.	Average Variance Extracted (AVE) Output Hasil PLS .....	57
Tabel 18.	Composite Reliability Hasil Output PLS .....	57
Tabel 19.	Cronbach's Alpha Hasil Output PLS .....	58
Tabel 20.	Nilai R <i>Square</i> Hasil Output PLS ..	58
Tabel 21.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur.....	59
Tabel 22.	Hasil Uji t-Statistik.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahapan Analisis <i>PLS</i> .....	34
Gambar 2. Kerangka Model Penelitian.....	38
Gambar 3. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	55
Gambar 4. Inner Model.....	61

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.	Volume Transaksi Sistem Pembayaran Ritel di Indonesia .....	2
Grafik 2.	Perkembangan Fintech di Indonesia .....	4
Grafik 3.	Domet digital yang paling banyak digunakan.....	6
Grafik 4.	Domet digital terbesar di Indonesia .....	7

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Penelitian Terdahulu
Lampiran 2	Matriks Penelitian Terdahulu
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian
Lampiran 4	Data Kuesioner 75 Responden
Lampiran 5	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 6	Hasil Deskripsi Data Penelitian
Lampiran 7	Hasil Analisis Inferensial
Lampiran 8	T Tabel dan R Tabel