



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH *ELECTRONIC PAYMENT* DAN PROMOSI  
*VOUCHER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI APLIKASI GOJEK  
(Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)**

SKRIPSI

Muhammad Ilham Fadhly

1602025067

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2020



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA

**PENGARUH *ELECTRONIC PAYMENT* DAN PROMOSI  
*VOUCHER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA APLIKASI GOJEK  
(Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)**

SKRIPSI

Muhammad Ilham Fadhly

1602025067

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2020

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH *ELECTRONIC PAYMENT* DAN PROMOSI *VOUCHER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI GOJEK (Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)”** merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 4 Desember 2020  
Yang Menyatakan,



(Muhammad Ilham Fadhly)  
NIM 1602025067

**PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**JUDUL** : **PENGARUH *ELECTRONIC PAYMENT* DAN PROMOSI *VOUCHER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI GOJEK (Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)**



**NAMA** : **MUHAMMAD ILHAM FADHLY**

**NIM** : **1602025067**

**PROGRAM STUDI** : **MANAJEMEN**


**TAHUN AKADEMIK** : **2019/2020**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Budi Permana Yusuf , S.E, M.M	
Pembimbing II	Drs. Bambang Sunaryanto, M.M	

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

### **PENGARUH *ELECTRONIC PAYMENT* DAN PROMOSI *VOUCHER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI GOJEK (Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)**

Yang disusun oleh:  
Muhammad Ilham Fadhly  
1602025067

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjaan strata-satu (S1)  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal: 19 Desember 2020

#### Tim penguji:

Ketua, merangkap anggota :

(Dr. Budi Permana Yusuf, S.E., M.M)

Sekretaris, merangkap anggota :

(Tupi Setyawati, S.E., M.M)

Anggota,

(Ety Rochaeli, S.E., M.M)

Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR.HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Prof. DR. HAMKA

Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M

Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

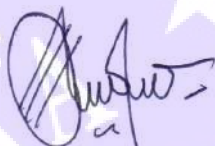
Nama : Muhammad Ilham Fadhly  
NIM : 1602025067  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH *ELECTRONIC PAYMENT* DAN PROMOSI *VOUCHER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI GOJEK (Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)”**.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, 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 : 4 Desember 2020  
Yang menyatakan,

  
Muhammad Ilham Fadhly  
NIM. 1602025067

## ABSTRAK

Muhammad Ilham Fadhly (1602025067)

### “PENGARUH ELECTRONIC PAYMENT DAN PROMOSI VOUCHER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APLIKASI GOJEK (Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung)”

*Skripsi. Program Strata Satu Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Gojek Pada Perumahan Regensi Cibitung Bekasi. Hipotesis penelitian ini yaitu 1). Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Payment* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk di Aplikasi Gojek Pada Perumahan Regensi Cibitung Bekasi. 2). Untuk mengetahui pengaruh Promosi *Voucher* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Gojek Pada Perumahan Regensi Cibitung Bekasi. 3). Untuk mengetahui pengaruh *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* secara simultan terhadap parsial terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Gojek Pada Perumahan Regensi Cibitung Bekasi.

Teori yang digunakan didalam penelitian yaitu teori Manajemen Pemasaran yang berhubungan dengan *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, sedangkan jenis penelitiannya deskriptif kuantitatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 147 responden. Untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi linear berganda dengan melakukan uji t dan uji F. Variabel yang diteliti adalah *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* sebagai variabel independen dan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian dengan menggunakan software SPSS 20.0 menunjukkan bahwa 1). *Electronic Payment* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk. 2). Promosi *Voucher* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk. 3). *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Hal Karena nilai t hitung *Electronic Payment* (5,894) lebih besar dari pada t tabel (1,97658), dan Promosi *Voucher* (3,089) lebih besar dari pada t tabel (1,97658). Dan F hitung variabel independen (127,457) lebih besar dari pada f tabel (3,06). Nilai koefisien (*Adjusted R<sup>2</sup>*) diperoleh nilai sebesar 63,4% menunjukkan bahwa kontribusi berpengaruh *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* mempengaruhi Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian

Kata kunci: *Electronic Payment*, Promosi *Voucher*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Muhammad Ilham Fadhlly (1602025067)**

***“THE EFFECT OF ELECTRONIC PAYMENT SYSTEM AND PROMOTION VOUCHER ON PURCHASE DECISION IN THE APPLICATION GOJEK (On Public Cibitung Regensi Housing Community)”***

*The Thesis of Bachelor Degree Program. Management Major. Faculty of Economics and Business of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA University. 2020. Jakarta*

*This study aims to investigate the influence of Electronic Payment and Promotion Voucher towards purchase decision in Application Gojek at Cibitung Bekasi Regency Housing. The research hypothesis is 1). To determine the effect of Electronic Payment partialon Product Purchase Decisions in the Gojek Application at the Cibitung Bekasi Regency Housing. 2). To find out the effect ofPromotion Voucher partially on Purchasing Decisions in the Gojek Application at the Cibitung Bekasi Regency Housing. 3). To find out the effect of Electronic Payment andPromotion Voucher simultaneously on partial to Purchase Decisions in the Gojek Application at the Cibitung Bekasi Regency Housing.*

*The theory used in this research is the theory of marketing management related to Electronic Payment andPromotion Voucher. The research method used is a survey method with data collection techniques through a questionnaire, while the type of research is descriptive quantitative. The sample in this study amounted to 147 respondents. To test the hypothesis, multiple linear regression analysis was used by performing *t* test and *F* test. The variables studied were Electronic Payment and Promotion Voucher as independent variables and the dependent variable was Purchasing Decision.*

*The results of research using SPSS 20.0 software indicated that 1). Electronic Payment has a positive and partially significant effect on Product Purchasing Decisions. 2) Promotion Voucher has a positive and significant effect partially on Product Purchasing Decisions. 3). Electronic Payment andPromotion Voucher have a simultaneous effect on Purchasing Decisions. This is because the *t* value of Electronic Payment (5.894) is greater than *t* table (1.97658), andPromotion Voucher (3.089) is greater than *t* table (1.97658). And *F* count the independent variable (127.457) greater than *f* table (3.06). Value coefficient (adjustedR<sup>2</sup>) obtained a value of 63.4% indicates that the contribution of influential Electronic Payment and Promotion Voucher on purchase decision. While the remaining 36.6% is influenced by other factors outside the research.*

*Keywords: Electronic Payment, Promotion Voucher, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Gojek (Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
2. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
3. Bapak Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
4. Bapak Dr.Budi Permana Yusuf, S.E, M.M selaku pembimbing skripsi I yang telah menyediakan waktu, memberikan saran, masukan, dan kritiknya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini
5. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, M.M selaku pembimbing skripsi II yang telah menyediakan waktu, memberikan saran, masukan, dan kritiknya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini
6. Orang tua dan keluarga penulis, atas doa, cinta, dukungan, waktu, dan segalanya untuk penulis di sepanjang hidup penulis. Tanpa dukungan kalian penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini.

7. Serta kepada pihak-pihak lain yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu yang selama ini telah memberikan kontribusi pada penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun untuk kebaikan penulis dan laporan tugas akhir kedepannya. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi ilmu pengetahuan bagi para pembaca.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak disadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak, aamiin.

*Wassalamu'alaikum W Warahmatullahi Wabarakatuh r. Wb*

Jakarta, 2020  
Penulis

Muhammad Ilham Fadhly  
(1602025067)

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	8
1.2.3 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Telaah Pustaka .....	21
2.2.1 Keputusan Pembelian .....	21
2.2.2 Electronic Payment.....	26
2.2.3 Promosi Voucher .....	30
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	36
2.4 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian .....	42
3.2 Operasional Variabel.....	42
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	50

3.3.1	<i>Populasi</i> .....	50
3.3.2	<i>Sampel</i> .....	50
3.4	Teknik dan Waktu Pengumpulan Data .....	52
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i> .....	52
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	52
3.5	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	54
3.5.1	<i>Uji Kualitas Data</i> .....	54
3.5.2	<i>Statistik Deskriptif</i> .....	55
3.5.3	<i>Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	56
3.5.4	<i>Uji Hipotesis</i> .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i> .....	64
4.1.1	<i>Sejarah Gojek</i> .....	64
4.1.2	<i>Visi dan Misi Gojek</i> .....	64
4.1.3	<i>Logo Gojek</i> .....	65
4.1.4	<i>Layanan Produk yang ditawarkan Gojek</i> .....	65
4.1.5	<i>Karakteristik Responden Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi</i> .....	67
4.2	Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan .....	68
4.2.1	<i>Uji Kualitas Data</i> .....	68
4.2.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i> .....	72
4.2.3	<i>Analisis regresi linear berganda</i> .....	95
4.2.4	<i>Analisis Uji Hipotesis</i> .....	105
4.3	Pembahasan.....	107
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	111
5.2	Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>114</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Ringkasan Gambaran Penelitian Terdahulu .....	16
2.	Operasional Variable .....	48
3.	Bobot Nilai Skala Likert .....	53
4.	Kriteria Persentase Tanggapan Responden .....	55
5.	Kriteria Pengambilan Keputusan .....	60
6.	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	60
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	67
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	68
10.	Uji Validitas <i>Electronic Payment</i> .....	69
11.	Uji Validitas Promosi <i>Voucher</i> .....	70
12.	Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	70
13.	Hasil Uji Reliabilitas .....	71
14.	Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi Masing-masing Variabel .....	72
15.	Pernyataan ke- 1 <i>Electronic Payment</i> Kualitas system pembayaran elektronik ( <i>E-payment</i> ) di aplikasi Gojek tidak pernah eror pada saat digunakan. ....	73
16.	Pernyataan ke- 2 <i>Electronic Payment</i> Transaksi dengan menggunakan pembayaran elektronik ( <i>E-payment</i> ) di aplikasi Gojek lebih cepat dan tepat .....	73
17.	Pernyataan ke- 3 <i>Electronic Payment</i> Pembayaran menggunakan pembayaran elektronik ( <i>E-payment</i> ) menjamin keamanan dalam bertransaksi.....	74
18.	Pernyataan ke- 4 <i>Electronic Payment</i> Faslitas pelayanan pembayaran menggunakan pembayaran elektronik ( <i>E-payment</i> ) memudahkan untuk melakukan transaksi pembayaran.....	75
19.	Saya memilih menggunakan pembayaran elektronik ( <i>E-payment</i> ) karena beragam fitur yang tersedia didalam metode bertransaksi. (contoh : bertransaksi dengan menggunakan <i>scan QR</i> ) .....	75
20.	Pernyataan ke- 6 <i>Electronic Payment</i> Saya percaya dengan menggunakan pembayaran elektronik ( <i>E-payment</i> ) pada aplikasi Gojek dapat menghindari saya dari kembalian uang palsu .....	76

21	Pernyataan ke- 7 Electronic Payment Metode pembayaran elektronik (E-payment) pada aplikasi Gojek mudah dipahami. ....	77
22	Pernyataan ke-8 Electronic Payment Kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran elektronik (E-payment) pada aplikasi Gojek membuat saya tertarik menggunakannya. ....	77
23	Indikator Electronic Payment.....	78
24	Pernyataan ke-1 Promosi Voucher Saya menyukai Voucher cashback di aplikasi Gojek karena mendapatkan 20% - 50% uang kembali. ....	80
25	Pernyataan ke-2 Promosi Voucher Gojek selalu memberikan hadiah berupa promosi voucher pada event-event tertentu.....	80
26	Pernyataan ke-3 Promosi Voucher Gojek selalu menawarkan hadiah menarik berupa promosi voucher potongan harga ataupun promosi voucher cashback .....	81
27	Pernyataan ke-4 Promosi <i>Voucher</i> Promosi <i>voucher</i> yang ditawarkan oleh Gojek memiliki jenis <i>voucher</i> yang beragam.....	81
28	Pernyataan ke-5 Promosi <i>Voucher</i> Jenis promosi <i>voucher</i> pada aplikasi Gojek sesuai dengan kebutuhan .....	82
29	Pernyataan ke-6 Promosi <i>Voucher</i> Promosi <i>Voucher</i> pada aplikasi Gojek memberikan waktu penggunaan <i>voucher</i> yang relatif Panjang.....	83
30	Pernyataan ke-7 Promosi <i>Voucher</i> Jumlah promosi <i>voucher</i> yang diberikan Gojek sangat banyak .....	83
31	Pernyataan ke-8 Promosi <i>Voucher</i> Besarannya nominal potongan harga berbeda-beda pada setiap promosi kupon <i>voucher</i> di aplikasi Gojek	84
32	Indikator Promosi <i>Voucher</i> .....	85
33	Pernyataan ke-1 Keputusan Pembelian Banyaknya pilihan produk yang tersedia di aplikasi Gojek .....	86
34	Pernyataan ke-2 Keputusan Pembelian Pilihan produk yang tersedia di aplikasi Gojek sesuai dengan kebutuhan sehari-hari .....	87
35	Pernyataan ke-3 Keputusan Pembelian Saya bangga membeli produk di aplikasi Gojek karena Gojek menyediakan kebutuhan sehari-hari	87
36	Pernyataan ke-4 Keputusan Pembelian Di aplikasi Gojek menyediakan berbagai merek produk yang bermacam-macam.....	88
37	Pernyataan ke-5 Keputusan Pembelian Saya memilih menggunakan aplikasi Gojek karena harga produk tersedia murah .....	88
38	Pernyataan ke-6 Keputusan Pembelian Saya memilih berbelanja kebutuhan sehari-hari di aplikasi Gojek karena persediaan barang yang lengkap .....	89

39	Pernyataan ke-7 Keputusan Pembelian Saya melakukan pembelian di aplikasi Gojek seminggu sekali .....	90
40	Pernyataan ke-8 Keputusan Pembelian Saya melakukan pembelian di aplikasi gojek satu bulan sekali .....	90
41	Pernyataan ke-9 Keputusan Pembelian Saya melakukan pembelian di aplikasi Gojek lebih dari satu produk .....	91
42	Pernyataan ke-10 Keputusan Pembelian Saya melakukan pembelian di aplikasi Gojek dengan produk bervariasi .....	91
43	Pernyataan ke-11 Keputusan Pembelian Saya melakukan metode pembayaran di aplikasi Gojek secara tunai .....	92
44	Pernyataan ke-12 Keputusan Pembelian Saya melakukan metode pembayaran di aplikasi Gojek secara non tunai .....	93
45	Indikator Keputusan Pembelian .....	93
46	Hasil Regresi Linier Berganda .....	95
47	Hasil Uji Normalitas .....	96
48	Hasil Uji Autokorelasi .....	100
49	Koefisien Korelasi Parsial Antara <i>Electronic Payment</i> dan Keputusan Pembelian .....	102
50	Koefisien Korelasi Parsial Antara Promosi <i>Voucher</i> dan Keputusan Pembelian .....	102
51	Uji Koefisien Determinasi .....	104
52	Uji t (Parsial) .....	105
53	Uji f (Simultan) .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Grafik Layanan Jasa Pengguna Aktif Ojek Online .....	2
2.	Daftar penggunaan pembayaran digital elektronik terbesar di Indonesia Kuartal IV 2017-Kuartal II 2019 .....	3
3.	Daftar 5 Starup Dengan Iklan Terbesar di Media TV dan Cetak (Q1-Q3 2019).....	5
4.	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	40
5.	Logo Gojek.....	65
6.	Tampilan Daftar Layanan Gojek.....	66
7.	Grafik Normalitas P-P Plot .....	97
8.	Grafik Scatterplot .....	99



## DAFTAR LAMPIRAN

Nomer	Judul Lampiran	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian .....	1/31
2.	Data Kuesioner .....	6/31
3.	Output Hasil Data SPSS .....	15/31
4.	Tabel t (df=121-152) .....	22/31
5.	Tabel r (df=101-147) .....	20/31
6.	Tabel f (136-160) .....	21/31
7.	Tabel Durbin-Watson .....	25/31
8.	Formulir Pengajuan Judul Proposal Skripsi .....	26/31
9.	Formulir Persetujuan Judul Proposal Skripsi .....	27/31
10.	Surat Tugas .....	28/31
11.	Catatan konsultasi Skripsi .....	29/31
12.	Catatan konsultasi Skripsi .....	30/31
13.	Daftar Riwayat Hidup .....	31/31

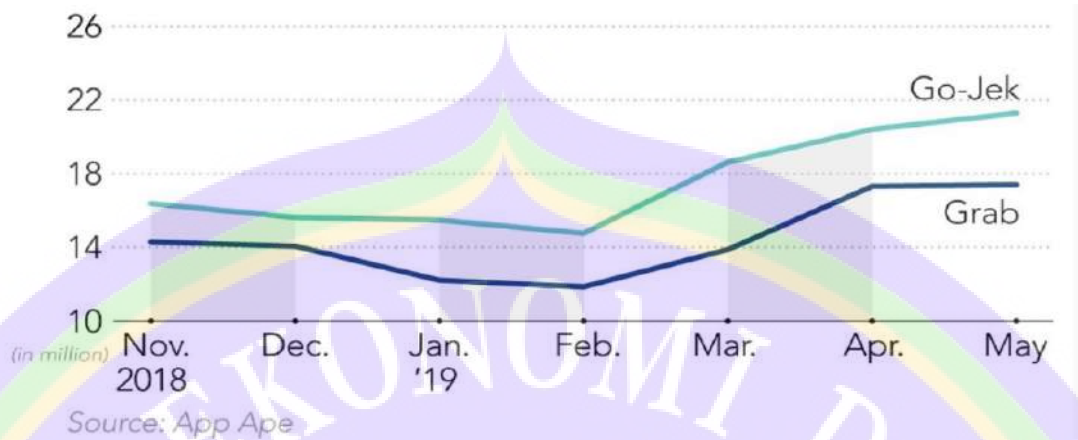
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini terus mengalami peningkatan di berbagai negara termasuk di Indonesia, yang ditandai dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi, dan transportasi, banyak pelaku bisnis menciptakan berbagai jenis usaha-usaha yang berhubungan dengan teknologi dan banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Sehubungan dengan berkembang pesatnya teknologi tersebut, memungkinkan setiap orang melakukan berbagai kegiatan bisnis dengan menggunakan layanan internet.

Internet merupakan salah satu media yang membuat seluruh dunia tersambung sehingga mendatangkan dampak sekaligus banyak manfaat seperti sumber atau kumpulan ilmu pengetahuan dari berbagai dunia. Tak hanya kumpulan ilmu pengetahuan saja, internet juga dimanfaatkan orang-orang masa kini sebagai media bisnis secara online. Dengan bermodalkan kreatifitas bisnis dalam teknologi mampu menyedot perhatian masyarakat dan membawa bisnis tersebut menjadi salah satu fenomena yang menjadi tren. Oleh karena itu Salah satu bisnis online yang paling tren di Indonesia saat ini adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa transportasi yaitu ojek berbasis *online*.



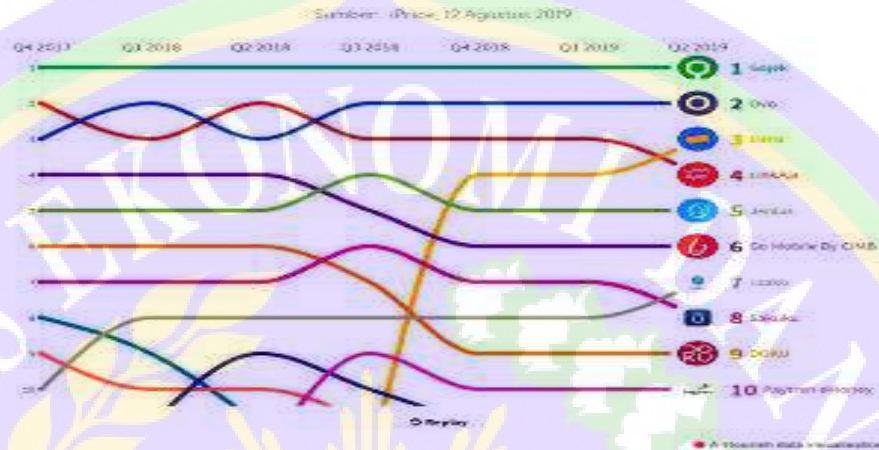
Sumber: *App Ape*

**Gambar 1**  
**Grafik Layanan Jasa Pengguna Aktif Ojek Online**

Berdasarkan data riset App-Ape 2019 menyebutkan Gojek sebagai penyedia jasa layanan ojek online terbanyak di Indonesia dari bulan November tahun 2018 hingga bulan Mei 2019. Data grafik menunjukkan pengguna aktif layanan ojek online dipimpin oleh Gojek sebanyak 17 juta pengguna aktif tiap bulannya pada November 2018 dan pada bulan Mei tahun 2019 Gojek memiliki pengguna aktif hampir sebanyak 22 juta tiap bulannya.

Gojek merupakan salah satu perusahaan teknologi yang menggunakan sistem aplikasi yang menyediakan banyak jasa di dalam aplikasi tersebut, gojek menjelaskan bahwa memiliki tiga layanan yang ada di aplikasi Gojek yaitu transportasi, pesan-antar makanan, perbelanjaan dan pembayaran digital. Dengan adanya perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan pembayaran yang dulunya secara konvensional sekarang berubah menjadi digital membuat gojek mengembangkan sebuah layanan yang dimiliki gojek.

Gojek memiliki salah satu layanan yaitu layanan pembayaran digital melalui pembayaran elektronik yang terdapat di aplikasi Gojek yaitu Gopay, Gopay dapat digunakan untuk pembayaran elektronik pada layanan yang ada di dalam aplikasi



Sumber : *KataData.com*

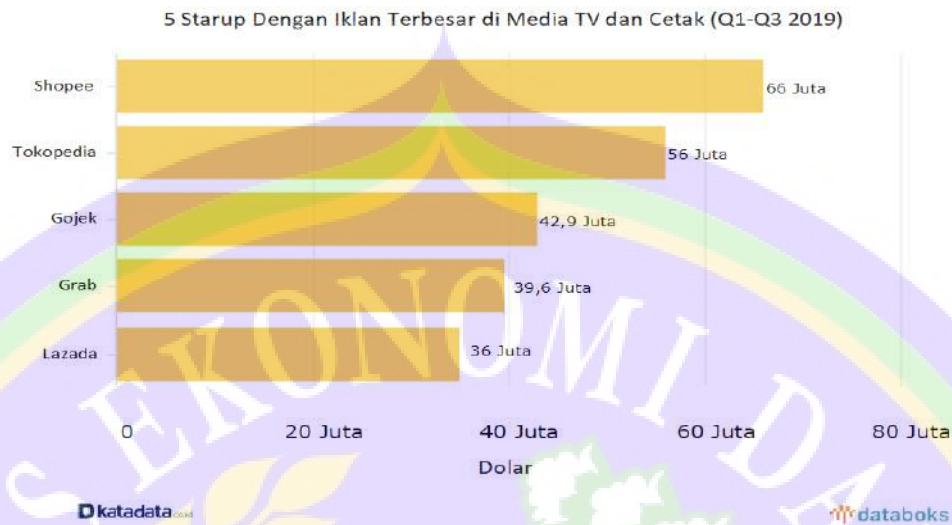
**Gambar 2**  
**Daftar penggunaan pembayaran digital elektronik terbesar di Indonesia**  
**Kuartal IV 2017-Kuartal II 2019**

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI). Riset *i-Price* dan *App-Annie* menyebutkan Gojek sebagai penyedia jasa layanan pembayaran digital elektronik dengan pengguna aktif bulanan Go-pay dan layanan lain nya dari aplikasi gojek. Peringkat selanjutnya diraih oleh ovo yang berhasil unggul selama empat kuartal berturut-turut. Sebelum nya, ovo sempat bersaing dengan Linkaja memperebutkan posisi kedua. Pada kuartal II 2019, posisi link aja berhasil di geser oleh pendatang baru, yaitu Dana yang berhasil ke peringkat ketiga. Linkaja pun harus turun ke peringkat ke empat. Jenius cenderung bertahan di peringkat kelima meskipun pada kuartal III 2018 sempat naik ke peringkat empat. Riset tersebut dilakukan oleh *iprice* group yang berkolaborasi dengan App Annie. Landasan analisis dari riset aplikasi pembayaran digital terpopuler ini menggunakan pengguna aktif bulanan yang di perbarui secara berkala.

Menurut bank Indonesia sampai dengan akhir tahun 2019 transaksi melalui *Electronic Payment* di Indonesia dengan penggunaan tertinggi dipegang oleh Gojek yaitu pada fitur Gopay dengan jumlah transaksi terbanyak tersebut, Gojek mampu menjadi pembayaran elektronik urutan pertama terbesar di Indonesia, sehingga Gojek mampu menaikkan literasi keuangan inklusif masyarakat mendorong tumbuhnya transaksi uang elektronik di Indonesia.

Gojek menawarkan beberapa layanan untuk mendukung berbagai transaksi elektronik, seperti transaksi perbelanjaan, *top-up* pulsa, pembayaran tagihan, pembayaran tagihan listrik, serta transaksi lainnya di berbagai aplikasi. Selain itu Gojek dapat menciptakan inovasi teknologi yang memudahkan semua kebutuhan masyarakat secara menyeluruh, hingga saat ini Gojek telah memiliki 22 layanan yang terintegrasi yang memberikan dampak sosial baik kepada pengguna, pemberi layanan.

Peningkatan Gojek dalam strategi untuk mempertahankan posisi pertama dalam layanan jasa ojek online dengan cara melakukan aktifitas pemasaran dengan memasang iklan berupa promosi *voucher* yaitu potongan harga maupun memberikan *cashback* bagi yang menggunakan metode pembayaran digital elektronik yaitu gopay yang menawarkan berbagai solusi, kemudahan dan keuntungan bagi konsumen. Alasan gojek melakukan aktifitas pemasaran salah satunya memberikan pengalaman awal kepada masyarakat agar gojek mampu mengambil hati masyarakat untuk menggunakan aplikasi gojek dan tetap mempertahankan konsumen yang telah menggunakan aplikasi Gojek.



Sumber : [KataData.com](https://www.katadata.com)

**Gambar 3**  
**5 Starup Dengan Iklan Terbesar di Media TV dan Cetak (Q1-Q3 2019)**

Berdasarkan data KataData melalui Riset *iPrice Group* menobatkan Shopee sebagai *starup* dengan iklan terbanyak pada kuartal I-III 2019. Total belanja iklan Shopee sebanyak 66 juta dolar. Peringkat selanjutnya diisi oleh Tokopedia membelanjakan iklan sebanyak 56 juta dolar dan Gojek membelanjakan sebanyak 42,9 juta dolar. Kemudian disusul oleh Grab dengan belanja iklan sebanyak 39,6 juta dolar, dan lazada mengeluarkan uang untuk belanja iklan sebanyak 36 juta dolar pada kuartal I-III 2019.

Persaingan dalam berbisnis saat ini semakin ketat. Para pembisnis berlomba-lomba menciptakan berbagai cara dalam memasarkan produk mereka. Saat ini para pembisnis dituntut untuk menemukan celah-celah di mana para pembisnis harus mengerti keinginan konsumen agar dapat berhasil dalam persaingan bisnis yang sangat ketat.

Keputusan pembelian merupakan hal yang penting untuk diperhatikan karena itu akan menjadi sesuatu untuk dipertimbangkan caranya menerapkan strategi

pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis diinginkan. Dalam pemasaran, bisnis harus mengerti kebutuhan konsumen, tahu keinginan dan selera mereka konsumen. Suatu bisnis dapat terus berkembang jika dalam bertransaksi menjadi lebih mudah sehingga konsumen dapat menghemat waktu dalam melakukan pembayaran melalui *electronic payment*.

Pengambilan keputusan pembelian konsumen pada dasarnya adalah proses pemecahan masalah yang melibatkan pilihan antara dua atau lebih banyak tindakan alternative, beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk barang dan jasa yaitu faktor *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher*.

Adapun untuk memperkuat penelitian ini, penulis merujuk kepada beberapa penelitian terdahulu. Hal tersebut dijelaskan dari beberapa hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur Farida (2017) disimpulkan bahwa pengaruh penerapan pembayaran elektronik memiliki pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan pada keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Firdaus, Muhammad Andi (2019) *E-Payment* secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Nofrika Belisa (2018) dengan judul Pengaruh sales promotion *voucher* diskon melalui media social instagram @Brosisdeal terhadap keputusan pembelian konsumen di merchant local pekanbaru. Menghasilkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi *voucher* diskon brosisdeal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Berbeda halnya dengan Penelitian Wahyu Ramadoni (2020) Menghasilkan bahwa promosi *voucher* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Solusi yang tepat dalam penelitian ini adalah melakukan Analisa data menggunakan metode kuantitatif dengan Analisa linier berganda dengan melihat sejauh mana konsumen memberikan tanggapan terhadap pengaruh *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* yang disediakan pada GoJek terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian dari beberapa penelitian yang didapat dan diuraikan diatas peneliti merasa tertarik untuk meneliti gojek dengan judul **“Pengaruh *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Gojek (Pada Masyarakat Perumahan Regensi Cibitung Bekasi)”**

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Electronic Payment* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek?
2. Apakah Promosi *Voucher* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek?



3. Apakah *Electronic Payment* dan Promosi *Voucher* memiliki pengaruh respon positif terhadap Keputusan Pembelian
4. Bagaimana pengaruh *Electronic Payment* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek?
5. Bagaimana pengaruh Promosi *Voucher* secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek?
6. Bagaimana Pengaruh *Electronic Payment* Dan Promosi *Voucher* secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek?

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi konsumen, maka dalam hal ini penulis membatasi penyajian masalah yang akan dibahas. Adapun permasalahan itu, hanya di khususkan pada *Electronic Payment* Dan Promosi *Voucher* Terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan Uraian diatas, maka rumusan masalah pada peneliti ini sebagai berikut:

- 1 Penjualan di aplikasi gojek mengalami peningkatan penjualan di setiap tahunnya.
- 2 Dengan tersedianya promosi voucher pada aplikasi gojek bisa menjadi solusi terbaik dalam meningkatkan keputusan pembelian pada aplikasi gojek.
- 3 Dengan adanya respon positif dari konsumen tentang layanan di aplikasi yang tentunya berdampak baik dalam keputusan pembelian

4. Apakah dengan adanya pengguna *Electronic Payment* Dan Promosi *Voucher* dapat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan pertanyaan diatas maka tujuan yang ingin dicapai penulis untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Electronic Payment* terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengaruh Promosi *Voucher* terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Electronic Payment* Dan Promosi *Voucher* terhadap Keputusan Pembelian di aplikasi Gojek.

### 1.4 Manfaat Peneletian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan khususnya bagi ilmu pengetahuan di bidang sosial yakni manajemen untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Penulis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan tempat untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah dipahami ke dalam kehidupan sehari-hari.

## 2) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap bidang manajemen pemasaran sehingga ilmu-ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran akan terus berkembang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abrazhevich, D. (2004). *Electronic Payment Systems: a User-Centered Perspective and Interaction Design*. Technische Universiteit Eindhoven: Netherlands.
- Ambarwati, Diyan.(2019). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta." *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* Volume 6, No.2, Solo.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian: Memberi Bekal Teoritis pada Mahasiwa tentang Metodologi Penelitian serta Diharapkan dapat Melaksanakan Penelitian dengan Langkah-langkah yang Benar*. Cetakan ketiga Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010
- Dewi, Indri Kartika, and Andriani Kusumawati. (2018) "Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka)." *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 56, No.1, Malang.
- Farida, Nur. (2017). "Analisis Pengaruh Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Zalora". Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma: Jakarta.
- Firdaus, Muhammad Andi. (2019). "Pengaruh E-Payment, Sosial Media, dan Pemanfaatan Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Kue dan Roti Choco Bakery Medan.". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Firmansyah, Andry. Novian. (2019). "Pengaruh Sales Promotion Terhadap Brand Switching" Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia:Bandung.
- Jiantong, Z., & Chencheng, F. (2017). "The Effects of Historic Behaviors and E-coupon Promotion on Consumer Purchase Decision—Based on an Experimental Study". Sekolah Ekonomi dan Manajemen, Universitas Tongji: Shanghai.
- Kotler dan Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas. Jilid satu. Jakarta: Erlangga.
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. (2013). Factors affecting consumers' perception of *electronic payment*: an empirical analysis. *Internet Research*, Volume 23, No.4, Hal 465-485.

- Pei, Y., Wang, S., Fan, J., & Zhang, M. (2015, August). An empirical study on the impact of perceived benefit, risk and trust on e-payment adoption: comparing quick pay and union pay in China. In 2015 7th international conference on intelligent human-machine systems and cybernetics, Volume. 2, Hal. 198-202.
- Pradana, Arief, Surya, & Saraswati, Tarisha, Gilang. (2018). "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Jasa Grabcar Bandung". *eProceedings of Management* Volume 5, No.2, Bandung.
- Putra, Endhar Widjaya, Srikandi Kumadji, and Edy Yulianto. (2016) "Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study Pada Konsumen Yang Membeli Produk Diskon Di Matahari Department Store Pasar Besar Malang)." *Jurnal Administrasi Bisnis* Volume 38, No.2, Malang.
- Ramadani, Laila. (2016). "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan* Volume 8, No.1, Malang.
- Ramadoni, Wahyu. (2020) "Pengaruh Promosi Ovo Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Ovo." *Journal Economic and Business* Volume 3, No.1, Surabaya.
- Sholihat, A., & Rummyeni, R. (2018). "Pengaruh Promosi *voucher* Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie" *Journal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau* Volume 5, No.1, Riau.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sunandar, Agus, Noer, I., & Handayani, S. (2020). "*Strategi Promosi Penjualan Keripik Pisang di PD XX*". Karya Ilmiah Mahasiswa.
- Sumanjeet, S. (2009). In *Emergence Of Payment Systems In The Age Of Electronic Commerce: The State Of Art*. *Global Journal of International Business Research*. Hal 17-36.
- Suwunniponth, Wanida. (2016). "Customers' Intention to Use *Electronic Payment System for Purchasing*". *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering* Volume 10 No.12, Bangkok.
- Tampubolon, Nelson. (2009). *Surat Edaran: Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking)*. Jakarta: Erlangga