

**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN FITUR  
LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM PEMILIHAN E-WALLET (STUDI KASUS  
PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL)**

**SKRIPSI**



Oleh :

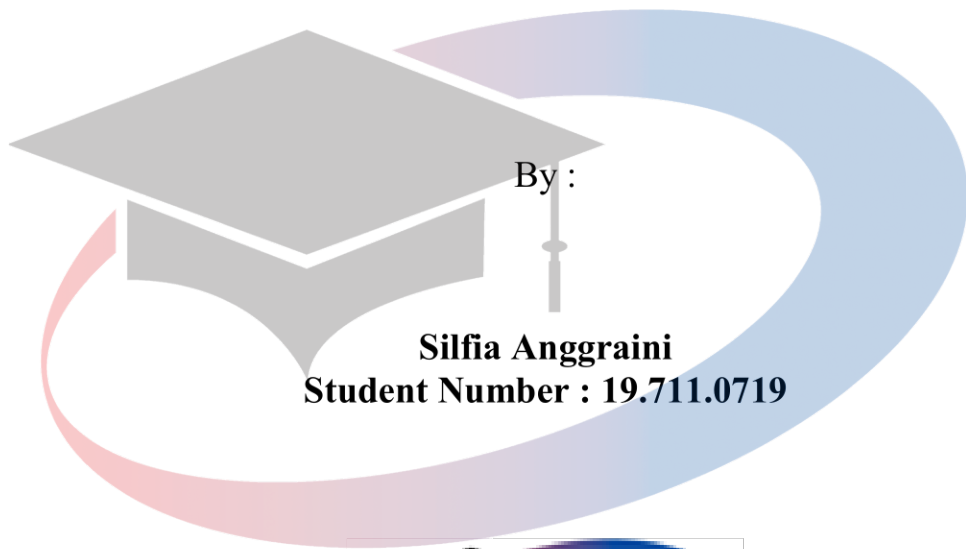
**Silfia Anggraini  
NIM. 19.711.0719**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, TRUST, AND SERVICE  
FEATURES ON CONSUMER DECISIONS IN SELECTING  
E-WALLETS (CASE STUDY ON STUDENTS OF THE  
BUSINESS FACULTY OF MIKROSKIL  
UNIVERSITY)**

**FINAL RESEARCH**



**UNDERGRADUATED PROGRAM MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMILIHAN *E-WALLET* (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS MIKROSKIL)

#### SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen

Oleh :

**Silfia Anggraini**  
**NIM. 19.711.0719**

Disetujui Oleh :  
Dosen Pembimbing

  
(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)

Medan, 10 Agustus 2023  
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,  
Manajemen



( Suci Pertiwi, S.E., M.Si. )

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:  
NIM : 197110719

Nama : Silfia Anggraini

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan *E-Wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan)

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil Medan

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah**.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya Sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau Sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun

Medan, 11 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan,



(Silfia Anggraini)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap keputusan Konsumen dalam Pemilihan *E-Wallet* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Proportionate Stratified Random Sampling*, menggunakan metode probability sampling dan menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel sebanyak 177 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan *E-Wallet* sedangkan variabel Kepercayaan, dan Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Konsumen dalam Pemilihan *E-Wallet*. Selanjutnya hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independent (Promosi, Kepercayaan, dan Fitur Layanan) berpengaruh terhadap variabel dependent (Keputusan Konsumen). Adjusted R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa variabel Promosi, Kepercayaan, dan Fitur Layanan dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Keputusan Konsumen adalah sebesar 65,4% dan sisanya sebesar 34,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

***Kata Kunci : Promosi, Kepercayaan, Fitur\_Layanan, Keputusan\_Konsumen***

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of Promotion, Trust, And Service Festures On Consumer Decisions In Selecting E-Wallets (A Case Study Based On Faculty Business University Mikroskil Students). This study used Proportionate Stratified Random Sampling, probability sampling and Slovin's formula with a total sample of 177 respondents. The data analysis method used in this research is multiple linear regression analysis. Partial testing (t test) shows that the variables of Promotion has no significant effect on consumer decisions In selecting e-wallets while variable of trust and service festures have an effect on costumer decisions in selection E-Wallet The results of simultanly (F test) show that the three independent variable (Promotion, Trust, and Service Features) are influential on dependent variable (Consumer Decisions). Determination coefficient (Adjusted R Square) showed variable Promotion, Trust, and Service Features can explain variations on consumer decisions variable as musch 65,4%, and the remaning 34,6% explained by others variable which not search in this research.*

**Keyword : Promotion, Trust, Service\_Features, Consumer\_Decisions**

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan *E-Wallet* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si. selaku Dosen Pendamping Pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan sekaligus sebagai dosen wali yang selalu ramah, peduli memberikan motivasi dan dukungan.
6. Ibu Naca Perangin-Angin, S.M., M.SI., selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan

7. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi penulis.
8. Orang tua penulis, Bapak Joni Tan, S.T., dan Ibu Fitri Handayani, yang telah membesarkan dan mendidik saya dan yang tidak pernah lelah memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga, Adik penulis Hardi Tan Jaya, Calista Anggraini, dan Anggi Felicia beserta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak terhingga.
9. Sahabat terkasih dan teman seperjuangan penulis Nargis Maulina Sitompul, Chaterina Andrianisa Sianipar, Ericca Lisanna, Devi Indah Puspitasari, Titis Ramanda Jaya, Endanta Hadi, dan Fernanda Krisna Dwipayana yang telah memberikan banyak doa, motivasi, semangat, penghiburan dikala stres dan telah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Responden penulis, yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang telah saya bagikan, berkat responden saya bisa mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya bidang manajemen serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 11 Juli 2022

Penulis

(Silfia Anggraini)



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Ruang Lingkup .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Originalitas .....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>11</b>
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.3 <i>E-Wallet</i> .....	15
2.1.4 Keputusan Konsumen .....	16
2.1.5 Promosi .....	22
2.1.6 Kepercayaan.....	27
2.1.7 Fitur Layanan .....	29
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	31
2.3 Kerangka / Model Konseptual.....	34
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	36
2.4.1 Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> .....	36
2.4.2 Pengaruh Variabel Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> .....	37

2.4.3	Pengaruh Variabel Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> .....	37
2.4.4	Pengaruh Variabel Promosi, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> .....	38
<b>BAB III</b>	.....	<b>39</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>39</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	39
3.2	Objek Penelitian .....	39
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.3.1	Studi Lapangan (Data Primer) .....	39
3.3.2	Studi Pustaka (Data Sekunder).....	40
3.4	Populasi dan Sampel .....	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Definisi Operasional Variabel .....	42
3.6	Metode Analisis Data .....	44
3.6.1	Statistika Deskriptif.....	44
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	44
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.4	Uji Regresi Linear Berganda.....	47
3.6.5	Uji Hipotesis .....	48
<b>BAB IV</b>	.....	<b>51</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>51</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	51
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.2	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner .....	54
4.1.3	Gambaran Umum Responden .....	54
4.1.4	Aplikasi <i>E-Wallet</i> Yang Digunakan Mahasiswa.....	56
4.1.5	Hasil Statistik Deskriptif.....	57
4.1.6	Hasil Uji Kualitas Data .....	60
4.1.7	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	64
4.1.8	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	69
4.1.9	Hasil Uji Hipotesis .....	71
4.2	Pembahasan Hasil penelitian.....	73

4.2.1	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan E-Wallet .....	73
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> .....	74
4.2.3	Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> .....	75
4.2.4	Pengaruh Variabel Promosi, Kepercayaan, dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i> .....	76
<b>BAB V</b>	.....	<b>78</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>78</b>
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>83</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	.....	<b>124</b>

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik <i>E-Wallet</i> Generasi Muda.....	2
Gambar 1. 2 Kerangka Konseptual .....	36
Gambar 4. 1 Logo DANA.....	52
Gambar 4. 2 Logo OVO.....	52
Gambar 4. 3 Logo Gopay.....	52
Gambar 4. 4 Logo ShopeePay.....	53
Gambar 4. 5 Logo LinkAja .....	53
Gambar 4. 6 Penggunaan <i>E-Wallet</i> pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.....	56
Gambar 4. 7 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	66
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	66
Gambar 4. 9 Grafik Hasil Uji Normalitas Scatterplot.....	68

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Review Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	40
Tabel 3. 2 Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil .....	41
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. 1 Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	56
Tabel 4. 5 Hasil Statistik Deskriptif Promosi (X1).....	57
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif Kepercayaan (X2) .....	58
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif Fitur Layanan (X3).....	58
Tabel 4. 8 Hasil Statistik Deskriptif Keputusan Konsumen (Y).....	59
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Promosi (X1) .....	60
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2).....	61
Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel Fitur Layanan (X3) .....	61
Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen (Y) .....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1) .....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X2).....	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fitur Layanan (X3).....	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Konsumen (Y).....	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 18 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	67
Tabel 4. 19 Hasil Uji Glejser .....	69
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	70
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	71
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Secara Simultan .....	72
Tabel 4. 23 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	73

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	83
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN .....	89
LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF .....	107
LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	109
LAMPIRAN 5 UJI ASUMSI KLASIK .....	111
LAMPIRAN 6 ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA .....	114
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS .....	115
LAMPIRAN 8 TABEL DISTRIBUSI R, T, DAN F .....	116



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL