

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, GAYA HIDUP DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN UANG  
ELEKTRONIK OVO DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Prasyarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Disusun Oleh :**

**MEYSI OCTA DELFIRA SYAM**  
**16110041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA  
SURABAYA**

**2020**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan  
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan  
dituduh sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Meysi Octa Delfira Syam  
Npm : 16110041  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik OVO di Surabaya

Pembimbing

Tanggal, 4. Agustus... 2020



(Lilik Indrawati, S.E., M.M)

Mengetahui :

Ketua Jurusan :

Tanggal, 4. Agustus... 2020



(Lilik Indrawati, S.E., M.M)



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Meysi Octa Delfira Syam dengan NPM. 16110041

Telah diuji pada 04 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS oleh :

Ketua Tim Penguji :



Drs. Ec. Bruno Hami P. M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Thyophoida W.S.P. M.M

Ketua Program Studi



Lilik Indrawati. S.E., M.M

Karya ilmiah milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK OVO DI SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan  
Tim penguji skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika  
Program Studi Manajemen Pemasaran

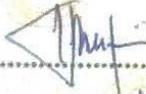
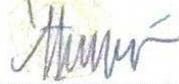
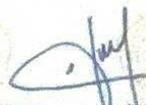
Pada hari Selasa, Tanggal 04 Agustus 2020

Disusun oleh :

Nama : Meysi Octa Delfira Syam  
NPM : 16110041  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Tim Penguji :

1. Drs. Ec. Bruno Hami P, M.M. (Ketua)
2. Dr. Thyophoida W.S.P, M.M (Anggota)
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M (Anggota)

  
.....  
  
.....  
  
.....



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : Meysi Octa Delfira Syam

NPM : 16110041

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen Pemasaran

Tempat/Tgl. Lahir : Sikakap, 2 Agustus 1998

Alamat : Jl Menur Pumpungan No. 15

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Manfaat, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik OVO Di Surabaya

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah sendiri bukan plagiat dan atau karya orang lain.
2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasikan seluruh / sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen pembimbing.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya selaku penulis siap bertanggung jawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya, 4 Agustus 2020



(Meysi Octa Delfira Syam)



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sebab atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, GAYA HIDUP DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK OVO DI SURABAYA”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk kelulusan dan meraih derajat Sarjana Manajemen (SM) program strata satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis menghadapi beberapa kendala, namun kendala tersebut dapat teratasi karena penulis banyak mendapat dukungan dan masukan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Y Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Dr. Thyophoida W.S.Panjaitan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika dan sebagai tim penguji yang sudah banyak memberi masukan dalam perbaikan skripsi.
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika sekaligus sebagai dosen pembimbing penulis yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun penelitian skripsi ini.
4. Drs. Ec Bruno Hami Pahar, M.M. selaku dosen wali dan sebagai tim penguji yang sudah banyak memberikan masukan dalam perbaikan skripsi.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika yang telah mengajar, mendidik dan membantu selama menempuh perkuliahan.
6. Untuk kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberi dukungan doa dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Untuk pacar saya Daniel Deardo Damanik yang sudah banyak membantu, mengingatkan dan memberi semangat untuk saya agar dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.



8. Untuk sahabat-sahabat saya Yen Vania Natalia, Katelino, Shindy Saera, Ella Yolanda, Lamsaria, Andre Putra, Jhery Fraski, Ricky, Samuel, Tresna, Gilbert serta teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman satu asrama tersayang olla, lalam, mona, mamiek, mira, tiarma, ani, lida, zubaida, dan erina yang sudah sama-sama berjuang dengan penulis menempuh pendidikan di Surabaya yang selalu memberi semangat kepada penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi.
10. Untuk teman seperjuangan saya dari awal memulai perkuliahan Lailil Masruroh yang selalu mengingatkan dan menyemangati untuk menyelesaikan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan dari penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi pembaca.

Penulis

Meysi Octa Delfira Syam

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar .....	i
Daftar isi.....	iii
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Gambar.....	viii
Daftar Lampiran .....	ix
Abstrak .....	x
Bab I Pendahuluan .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
Bab II Tinjauan Pustaka .....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Uang Elektronik (e-money) .....	6
2.1.1.1 Pengertian Uang Elektronik (e-money).....	6
2.1.2 OVO .....	6
2.1.2.1 Pengertian OVO .....	6
2.1.3 Persepsi Manfaat .....	7
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Manfaat .....	7
2.1.3.2 Indikator Persepsi Manfaat .....	8
2.1.4 Gaya Hidup .....	8





2.1.4.1 Pengertian Gaya Hidup.....	8
2.1.4.2 Bentuk-Bentuk Gaya Hidup .....	9
2.1.4.3 Jenis-Jenis Gaya Hidup .....	11
2.1.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup .....	12
2.1.4.5 Indikator Gaya Hidup .....	14
2.1.5 Promosi .....	15
2.1.5.1 Pengertian Promosi.....	15
2.1.5.2 Tujuan Promosi Penjualan.....	16
2.1.5.3 Orientasi Promosi .....	17
2.1.5.4 Elemen-elemen Promosi.....	19
2.1.5.5 Indikator Promosi .....	20
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	20
2.1.6.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	21
2.1.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
2.1.6.4 Peran dalam Keputusan Pembelian .....	22
2.1.6.5 Tahapan Proses dalam Keputusan Pembelian .....	22
2.1.6.6 Motif-motif Keputusan Pembelian .....	23
2.1.6.7 Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.1.7 Pengaruh Antar Variabel.....	24
2.1.7.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian ...	24
2.1.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.1.7.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25



2.2.1 Jurnal Penelitian.....	25
2.2.1.1 Penelitian Terdahulu I .....	25
2.2.1.2 Penelitian Terdahulu II .....	26
2.2.1.3 Penelitian Terdahulu III.....	27
2.3 Rerangka Pemikiran .....	29
2.4 Kerangka Konseptual .....	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	30
Bab III Metode Penelitian .....	31
3.1 Obyek Penelitian .....	31
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	31
3.2.1 Pendekatan Penelitian .....	31
3.2.2 Sumber Data.....	31
3.3 Variabel Penelitian .....	31
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.5 Populasi dan Sampel .....	34
3.5.1 Populasi.....	34
3.5.2 Sampel.....	34
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Metode Penelitian .....	35
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	36
3.6.2.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2.2 Uji Reliabilitas .....	37
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.6.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	39



3.6.2.5 Uji Koefisiensi Determinan ( $R^2$ ).....	40
3.6.2.6 Uji Parsial (t) .....	41
Bab IV Hasil Penelitian.....	42
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	43
4.2.1 Karakteristik Responden .....	43
4.2.2 Rata-rata Pernyataan pada Variabel.....	45
4.3 Pembahasan dan Analisa Data .....	49
4.3.1 Uji Validitas .....	49
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	50
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	50
4.3.3.1 Uji Normalitas .....	50
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas .....	51
4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	52
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.3.5 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	55
4.3.4 Uji t .....	56
Bab V Penutup .....	60
5.1 Simpulan .....	60
5.2 Saran.....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penggunaan aktif Aplikasi E-wallet di Indonesia.....	3
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Pengelompokan Universitas Responden .....	45
Tabel 4.4 Interval Jawaban .....	45
Tabel 4.5 Hasil Rata-rata Pernyataan Variabel Persepsi Manfaat (X1).....	46
Tabel 4.6 Hasil Rata-rata Pernyataan Variabel Gaya Hidup (X2).....	46
Tabel 4.7 Hasil Rata-rata Pernyataan Variabel Promosi (X3) .....	47
Tabel 4.8 Hasil Rata-rata Pernyataan Variabel Keputusan Penggunaan (Y).....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
Tabel 4.13 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	55
Tabel 4.14 Uji t .....	56



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran .....	29
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	53
Gambar 4.3 Kurva Uji t Variabel X1 .....	57
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel X2 .....	58
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel X3 .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 TABULASI DAN KUESIONER

LAMPIRAN 2 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

LAMPIRAN 3 UJI ASUMSI KLASIK

LAMPIRAN 4 UJI ANALISIS REGRESI BERGANDA, KOEFISIENSI

DETERMINASI DAN UJI T

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin berkembang mulai digunakan pada metode pembayaran seperti penggunaan uang elektronik untuk mempermudah proses transaksi. OVO adalah salah satu dari uang elektronik yang digunakan untuk mempermudah proses transaksi yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan mahasiswa menggunakan uang elektronik OVO di Surabaya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini sebanyak 75 responden yang menggunakan OVO. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka dinyatakan semua item pernyataan valid dan semua variabel dinyatakan reliabel sehingga dapat diteruskan untuk diteliti. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut: Persepsi Manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan uang elektronik OVO di Surabaya dengan hasil  $t_{hitung} 4.308 > t_{tabel} 1.99394$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan uang elektronik OVO di Surabaya dengan hasil  $t_{hitung} 3.421 > t_{tabel} 1.99394$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan uang elektronik OVO di Surabaya dengan hasil  $t_{hitung} 3.424 > t_{tabel} 1.99394$  dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ .

Kata kunci : Persepsi Manfaat, Gaya Hidup, Promosi, dan Keputusan Penggunaan.



## ABSTRACT

*The development of increasingly evolving technology began to be used on payment methods such as the use of electronic money to simplify the transaction process. OVO is one of the electronic money used to simplify the transaction process. This study aims to determine the effects of Perception of Benefits, Lifestyle and Promotion of the students decision using OVO electronic money in Surabaya. The method of sampling used was purposive sampling. The sample in this study were 75 respondents who used OVO. Data processing by using SPSS version 22. After testing the validity and reliability, it is stated that all statement items are valid and all variables are declared reliable so that they could be continued for research. Based on the results of data processing, the following results are obtained: Perception of benefits has a significant effect on student's decision to use OVO electronic money in Surabaya with the results of  $t_{count} 4,308 > t_{table} 1.99394$  with a significance value of  $0,000 < 0.05$ , Lifestyle has a significant effect to student's decision using OVO electronic money in Surabaya with the result of  $t_{count} 3,421 > t_{table} 1.99394$  with a significance value of  $0.001 < 0.05$  and Promotion has a significant effect student's decision to use OVO electronic money in Surabaya with the result of  $t_{count} 3,424 > t_{table} 1.99394$  with a significance value of  $0,001 < 0.5$ .*

*Keywords: Perception of Benefits, Lifestyle, Promotion, and Decision of Use.*

