

**PENGARUH KEPERCAYAAN, FITUR LAYANAN DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT KONSUMEN
MENGUNAKAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK
MELALUI APLIKASI LINK AJA
DI KOTA LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

**Nur Aindah Masda
NPM :1121800027**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2022**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, FITUR LAYANAN DAN
DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT KONSUMEN
MENGUNAKAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK
MELALUI APLIKASI LINK AJA
DI KOTA LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

**Nur Aindah Masda
NPM :1121800027**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 30 juni 2022

Dosen Penguji :

1. **Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.**
Ketua



2. **Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.**
Anggota



3. **Drs. Agung Pudjianto, M.M.**
Anggota



Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dad. Avun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nur Aindah Masda


NBI : 1121800027


Judul : Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Melalui Aplikasi Link Aja

Surabaya, 30 Juni 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Di setujui Oleh,
Dosen pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103


Dr. IGN. Anom Maruta, M.M.
NPP. 20120.86.0056

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nur Aindah Masda
NPM : 1121800027
Program studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran elektronik Melalui Aplikasi Link Aja Di Kota Lamongan

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 30 Juni 2022
Yang Membuat Pernyataan



(Nur Aindah Masda)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mur Andah Masda
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, dan Daya Tangkap Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Melalui Aplikasi Link Aja di Kota Lamongan

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 30 Juni 2022

Yang Menyatakan



(...Mur Andah Masda...)

MOTTO

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang telah melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku. Dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu.”

-Umar bin Khattab-

“Dont be insecure hanya ada satu Maudy Ayunda di dunia, dan hanya ada satu orang seperti kamu di dunia. Buatlah diri kamu menjadi versi terbaik untuk dirimu sendiri.”

-AAA-

“Itu bukan sesuatu yang mustahil, tapi itu hanya akan sulit”

(Bokuto Koutarou dari Komik Haikyuu chapter 337)

Pada akhirnya, semua ini hanya permulaan
(Nadin Amizah: Beranjak Dewasa)

ABSTRAK

Setiap perusahaan yang melakukan sebuah bisnis pasti memiliki orientasi untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan dapat dihasilkan apabila masyarakat memiliki minat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut, lalu baru kemudian melakukan pembelian aktual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, fitur layanan dan daya tarik iklan terhadap minat menggunakan pembayaran elektronik melalui aplikasi Link Aja. Link Aja adalah dompet elektronik nasional Indonesia yang menggabungkan kekuatan ekosistem dari perusahaan-perusahaan BUMN.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik Purposive Sampling, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel Kepercayaan (X1), Fitur Layanan (X2), dan Daya Tarik Iklan (X3) Terhadap Minat Konsumen (Y) Menggunakan Pembayaran Elektronik Melalui Aplikasi Link Aja di Kota Lamongan. Selain itu Koefisien determinasi (R-square) adalah 0,687 atau 68,7% yang mana berarti pada variabel independent memiliki kontribusi terhadap variabel terikat dan sisanya 31,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci : Kepercayaan, Fitur Layanan, Daya Tarik Iklan

ABSTRACT

Every company that does a business must have an orientation to make a profit. Profits can be obtained if people have an interest in using the services offered by the company, then only then make actual purchases. This study aims to determine the effect of trust, service features and attractiveness of advertisements on interest in using electronic payments through the Link Aja application. Link Aja is Indonesia's national electronic wallet that combines the strength of the ecosystem of state-owned companies.

In this study, the method used is quantitative because the data to be processed is ratio data and the focus of this research is to determine the magnitude of the influence between the variables studied. The sampling technique used is the purposive sampling technique, the data analysis technique used is the multiple linear regression analysis technique.

The results of this study indicate that there is a positive and significant effect on the variables of Trust (X1), Service Features (X2), and Advertising Attractiveness (X3) on Consumer Interest (Y) Using Electronic Payments Through the Link Aja Application in Lamongan City. In addition, the coefficient of determination (R-square) is 0.687 or 68.7%, which means the contribution to the independent variable and the remaining 31.3% is influenced by other variables not examined by the researcher.

Keywords: Trust, Service Features, Advertising Attractiveness

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayanya serta Kuasa dan curahan kasihNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik Melalui Aplikasi Link Aja ” Tak lupa sholawat dan salam penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah meletakkan kerangka peradapan “khoiru ummah” serta menerangi perjalanan hanif manusia.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dengan tulus, rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, kelancaran serta kemudahan.
2. Ibu Dra. Ayun Maduwiniarti, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Kepala Program Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Dr. IGN. Anom Maruta, M.M selaku pembimbing pertama serta Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M selaku pembimbing kedua yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada saya.
5. Bapak/Ibu dosen serta para staff TU Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang turut membantu proses jalanya skripsi ini.
6. Bapak, Ibu, kakak dan adik tercinta yang telah memotivasi, mendoakan dan memberikan dukungan moril dan materil dalam menyelesaikan skripsi

7. Teman keluh kesahku Sella, ira, Nimas, japar yang selalu mendukung dan memberi semangat saat pembuatan skripsi.
8. Teman tercinta Nurul fatimah , dan orang yang tidak bisa ku sebut namanya yang memberikan suprot saat mengerjakan skripsi
9. Teman-teman kelas Administrasi Bisnis angkatan 2018, yang telah menjalani studi ini bersama-sama dan kepada para Dosen yang telah mengajarkan kami selama kuliah ini.
10. Diri Sendiri yang selalu kuat, karena tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apa pun proses penyusunan skripsi ini.
11. Para responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya, serta semua pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah swt membalas semua ke baikan yang telah bapak, ibu, dan saudara berikan kepada penulis dengan kebaikan yang lebih besar disertai dengan curahan rahmat dan kasih sayang-Nya Pada skripsi ini, penulis menyadari masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan sebagai bahan perbaikan untuk kedepannya. Semoga skripsi ini membawa manfaat baik bagi penulis maupun pembaca. AAMIIN

Surabaya 20 Juni 2022



Nur Aindah Masda

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR SKRIPSI	
SAMPUL DALAM SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Kepercayaan	18
2.2.1.1 Indikator Kepercayaan	20
2.2.1.3 Jenis Kepercayaan Konsumen.....	21
2.2.2 Fitur Layanan.....	22
2.2.3 Daya Tarik Iklan.....	23
2.2.4 Minat Konsumen.....	27
2.3. Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, dan Daya Tarik Iklan	33
2.4 Kerangka Pikir	34
2.5 Defenisi Konsep.....	35
2.5.1 Kepercayaan	35
2.5.2 Fitur Pelayanan	35
2.5.3 Daya Tarik Iklan	35

2.5.4	Minat Konsumen.....	36
2.6	Defenisi Operasional.....	36
2.6.2	Variabel Dependent (Y)	38
2.7	Hipotesis	38
2.7.1	Hipotesis Penelitian	38
2.7.1	Hipotesis Statistik	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1.	Rancangan Penelitian	41
3.2	Populasi Dan Sampel	41
3.2.1	Populasi	41
3.2.2	Sampel	42
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	43
3.3.1	Skala Pengukuran.....	43
3.3.2	Instrumen Penelitian	43
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	44
3.4.1	Jenis Data.....	44
3.4.2	Sumber Data	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1	Uji Instrumen	45
3.6.2	Uji Analisis Data.....	45
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Penyajian Data	49
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	49
4.1.2	Karakteristik Responden	50
4.1.3	Uji Instrumen	52
4.1.3.1	Uji Validitas	52
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	53
4.2	Tabulasi Data	55
4.2.1	Tabulasi Data Variabel.....	55
4.2.2	Skala Pengukuran.....	66
4.2.2.1	Rekapitulasi Jawaban Responden.....	67
4.3	Analisis Data.....	73
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	73
4.3.2	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.3.3	Uji Determinasi (R^2)	78
4.3.4	Uji Hipotesis	79

4.4	Pembahasan	82
4.4.1	Pengaruh Kepercayaan konsumen terhadap Minat Konsumen.....	82
4.4.2	Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Konsumen	83
4.4.3	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Konsumen	84
4.4.4	Pengaruh Kepercayaan konsumen, Fitur Layanan, Dan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Konsumen	85
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Rekomendasi.....	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Peneltian Terdahulu 7
Table 3.1	Skala Likert..... 43
Tabel 4.1	Profil Responden_Berdasarkan Jenis kelamin 50
Tabel 4.2	Profil Responden_Berdasarkan Usia..... 50
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 51
Tabel 4.4	Profil Responden Bersadarkan Pendapatan..... 51
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas..... 52
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Reabilitas 54
Tabel 4.7	Tabulasi Data_(X1) Kepercayaan 55
Tabel 4.8	Tabulasi Data (X2) Fitur Layanan 58
Tabel 4.9	Tabulasi Data (X3) Daya Tarik Iklan..... 60
Tabel 4.10	Tabulasi Data (X1) Minat Konsumen 63
Tabel 4.11	Hasil Tabulasi 66
Tabel 4.12	Interval Rata-rata Scor 67
Tabel 4.13	Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan..... 67
Tabel 4.14	Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Fitur Layanan 69
Tabel 4.15	Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Iklan 71
Tabel 4.17	Hasil Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Konsumen..... 72
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinieritas 75
Tabel 4.19	Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... 77
Tabel 4.20	Hasil Uji Determinasi (R^2)..... 78
Tabel 4.21	Hasil Uji T 79
Tabel 4.22	Hasil Uji Simultan (Uji F)..... 81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pengguna Link Aja	4
Gambar 2.3 Kerangka Pikir	34
Gambar 4.1 Logo Dari Link Aja.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data Model Histogram.....	74
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Data Model P-Plot.....	74
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner.....	93
Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden	97
Lampiran 3. Uji Validitas.....	110
Lampiran 4. Uji Reabilitas	111
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	111
Lampiran 6. Uji Perintah Revisi.....	115
Lampiran 7. Hasil Uji Turnitin.....	116