

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN DAN  
KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN MENGGUNAKAN  
LAYANAN JASA OVO**  
(Studi kasus pada Mahasiswa Administrasi Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

**SKRIPSI**

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



**OLEH:**

**EMY LUJJATUN NURI**

**NPM : 1121508145**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
2020**

**PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN DAN  
KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN MENGGUNAKAN LAYANAN JASA  
OVO**

**(Studi kasus pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17  
Agustus 1945 Surabaya)**

**SKRIPSI**

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



**OLEH :**

**EMY LUJJATUN NURI**

**NPM : 1121508145**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
2020**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama : EMY LUJJATUN NURI**

**NPM : 1121508145**

**Judul : PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MENGGUNAKAN LAYANAN JASA OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).**

Surabaya, 13 Juli 2020

Mengetahui,

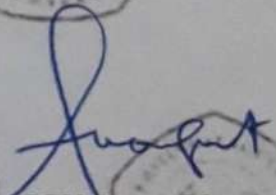
Disetujui oleh,

Dekan

Dosen Pembimbing

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

  
**Dr. Endro Tjahjono, MM**

  
**Dr. IGN Anom Maruta, MM**

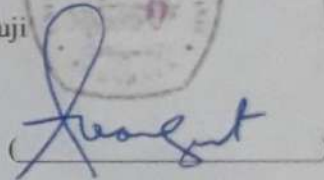


## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

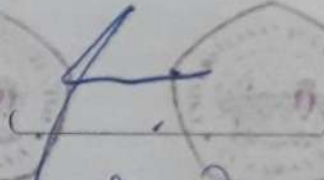
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosidan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 30 Juni 2020.

Dewan Penguji

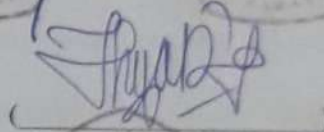
1. **Dr. IGN Anom Maruta, MM**



2. **Dr. Rachmawati Novaria, MM**



3. **Dra. Awin Mulyati, MM**



Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



**Dr. Indro Fahiono, MM**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Emy Lujjatun Nuri  
NPM : 1121508145  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MENGGUNAKAN LAYANAN JASA OVO (Studi kasus pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya 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 tasa kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 13 Juli 2020  
Yang membuat Pernyataan,





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 : Emy Lujjatan Nuri  
NBI : 1121508145  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

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

Pengaruh promosi, kemudahan dan keamanan terhadap minat beli konsumen menggunakan layanan jasa OVO (studi kasus pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

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 : 15 Juli 2020

Yang Menyatakan,



( Emy Lujjatan Nuri )



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT Tuhan Semesta Alam atas berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kemudahan dan Kemanan terhadap minat beli konsumen menggunakan layanan jasa OVO (Studi kasus pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)”**.

Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir sebagai satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana (S.AB) pada jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Terselesainya skripsi ini tentunya berkat bantuan dari banyak pihak yang telah ikut membantu secara moril dan material. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada orang yang terkait dalam terselesainya skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM,CMA,CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Awin Mulyati, MM selaku Dosen Wali Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Dr. IGN Anom Maruta, MM sebagai Pembimbing I yang sangat sabar dan yang telah memberikan banyak arahan, pemahaman dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM sebagai Pembimbing II yang baik hati dan super sabar dalam membimbing untuk menyelesaikan skripsi ini.

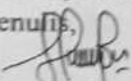
6. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM dan Ibu Dra Awin Mulyati, MM selaku dosen penguji. Terima kasih banyak atas saran-saran yang diberikan agar skripsi saya lebih sempurna.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
8. Kedua Orang Tua tercinta, Alm. Bpk Sumali dan Ibu Munis Puhannah, Ibu yang tiada henti mendoakan serta memotivasi untuk tetap semangat dan jangan menyerah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Orang tua ke-dua, Bapak dan Ibu Mertua yang selalu mensupport, mendoakan dan memotivasi baik dalam bentuk material maupun moril yang diberikan.
10. Suami tercinta yang selalu support dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat cepat terselesaikan.
11. Adikku Laila, terima kasih untuk dukungan dan doanya dan yang sering aku repotin untuk jaga anak-anak saat mengerjakan skripsi ini.
12. Adikku Eny dan Irma, terima kasih atas support dan doanya.
13. Anak-anakku tercinta Viona, Rayyan dan Royyan yang selalu membawa inspirasi disaat mengerjakan skripsi, tidak rewel saat ditinggal, pengertian banget terima kasih sayang.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak, demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Aamiin.

Akhirnya kepada Allah SWT jualah penulis memohon ampun dan memohon perlindungan-Nya. Semoga Allah SWT Membalas kebaikan yang telah diperbuat oleh pihak-pihak tersebut diatas.

Surabaya, 13 Juli 2020

Penulis,



**Emy Lujjatun Nuri**

NPM : 1121508145



## DAFTAR ISI

Tanda Persetujuan Skripsi .....	ii
Tanda Pengesahan Skripsi .....	iii
Surat Pernyataan Keaslian .....	iv
Abstrak .....	vi
<i>Abstract</i> .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	10
2.2.3 Pengertian Promosi .....	12
2.2.3.1 Fungsi Promosi .....	13
2.2.3.2 Tujuan Promosi .....	14
2.2.3.3 Jenis – jenis Promosi .....	14
2.2.3.4 Strategi Bauran Promosi .....	17
2.2.4 Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	18
2.2.4.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi kemudahan dalam menggunakan teknologi..	18
2.2.4.2 Unsur Kemudahan Uang Elektronik .....	19
2.2.5 Pengertian Keamanan Penggunaan .....	20
2.2.5.1 Aspek- aspek Keamanan Teknologi .....	21

2.2.6	Pengertian Minat Beli .....	22
2.2.6.1	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	22
2.3	Kerangka Dasar Pemikiran .....	23
2.4	Hipotesis .....	24
2.5	Definisi Konsep dan Operasional .....	25
2.5.1	Definisi Konsep .....	25
2.5.2	Definisi Operasional .....	26
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1	Rancangan Peneliti.....	29
3.2	Populasi dan Sampel .....	29
3.2.1	Populasi .....	29
3.2.2	Sampel .....	30
3.3	Pengukuran Dan Instrumen Penelitian .....	30
3.4	Tehnis Pengumpulan Data .....	31
3.5	Tehnis Analisi Data .....	32
<b>BAB IV</b>	<b>PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN</b> .....	35
4.1	Penyajian Data .....	35
4.1.1	Gambaran Umum Ovo .....	35
4.1.2	Gambaran Umum Responden .....	36
4.1.2.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	36
4.1.2.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
4.1.2.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Awal Penggunaan Ovo .....	37
4.1.2.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Sumber Informasi Ovo .....	37
4.1.2.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Cara Mendaftar Ovo .....	38
4.2	Analisis Data .....	38
4.2.1	Uji Coba Instrumen .....	38
4.2.1.1	Uji Validitas .....	38
4.2.1.2	Uji Reliabilitas .....	39
4.2.2	Uji Asumsi Klasik .....	40

4.2.2.1	Uji Normalitas .....	40
4.2.2.2	Uji Multikolonieritas .....	41
4.2.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	41
4.2.3	Uji Regresi Linear Berganda .....	42
4.2.4	Uji Hipotesis .....	44
4.2.4.1	Uji t .....	44
4.2.4.2	Uji F .....	46
4.2.4.3	Uji $R^2$ .....	46
4.3	Pembahasan .....	47
4.3.1	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	47
4.3.2	Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Beli .....	48
4.3.3	Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Beli .....	49
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>51</b>
5.1	Kesimpulan .....	51
5.2	Rekomendasi .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>54</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 3.1	: Tabel Instrumen Skala Likert .....	38
Tabel 4.1	: Usia Responden .....	43
Tabel 4.2	: Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 4.3	: Awal Penggunaan Ovo Responden .....	45
Tabel 4.4	: Sumber Informasi Responden .....	45
Tabel 4.5	: Cara Mendaftar Ovo Responden .....	46
Tabel 4.6	: Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 4.7	: Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.8	: Hasil Uji Multikolonieritas .....	50
Tabel 4.9	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	52
Tabel 4.10	: Hasil Uji t .....	55
Tabel 4.11	: Hasil Uji F .....	56
Tabel 4.12	: Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	: Daftar Dompot Digital terbesar di Indonesia Kuartal IV- Kuartal II 2019 .....	2
Gambar 2.1	: Kerangka Dasar Pemikiran .....	31
Gambar 4.1	: Hasil Uji Normalitas .....	49
Gambar 4.1	: Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian .....	67
Lampiran 2	: Data Responden .....	71
Lampiran 3	: Tabulasi Data .....	75
Lampiran 4	: Tabel Statistik .....	79



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini semakin meningkat dan sangat berpengaruh terhadap kehidupan kita sehari-hari, dimana segala aspek yang dulu masih tradisional sekarang beralih ke arah digital, maka peneliti ingin mengetahui pengaruh promosi, kemudahan dan keamanan terhadap minat beli konsumen menggunakan layanan jasa Ovo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian dengan menganalisis data menggunakan angka. Dalam memperoleh data peneliti membagikan kuesioner kepada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan uji statistik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh variabel Promosi (X1), Kemudahan (X2) dan Keamanan (X3) Terhadap minat beli (Y) dengan menggunakan layanan jasa Ovo pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan seberapa besar pengaruhnya, berdasarkan hasil analisis data, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : (1) Promosi berpengaruh terhadap minat beli, hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,029 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi 0,177. (2) Kemudahan berpengaruh terhadap minat beli, hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,009 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi 0,174. (3) Keamanan berpengaruh terhadap minat beli, hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,558 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi 0,564. (4) Promosi, Kemudahan dan Keamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli, dibuktikan dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar 14,202 dengan tingkat signifikan 0,000.

**Kata kunci:** Promosi, Kemudahan, Keamanan dan Minat Beli

## **ABSTRACT**

*Current technological developments are increasing and very influential on our daily lives, where all aspects that were traditionally now are now turning to digital, so researchers want to know the effect of promotion, convenience and security on consumer buying interest using Ovo services.*

*This research uses a quantitative approach that is research by analyzing data using numbers. In obtaining data researchers distributed questionnaires to the University of Business Administration Students August 17, 1945 Surabaya. Then the data is processed using statistical tests. The purpose of this study was to determine whether the influence of Promotion (X1), Ease (X2) and Security (X3) variables on buying interest (Y) by using Ovo services on Business Administration students of 17 August 1945 University in Surabaya and how much influence, based on the results data analysis, the following conclusions can be drawn: (1) Promotion influences buying interest, this is indicated by the tcount of 3.029 less than 0.05 and the regression coefficient of 0.177. (2) Ease affects the buying interest, this is indicated by the tcount of 2.009 which is smaller than 0.05 and the regression coefficient of 0.174. (3) Security influences buying interest, this is indicated by the tcount of 4.558 which is smaller than 0.05 and a regression coefficient of 0.564. (4) Promotion, Ease and Safety jointly influence buying interest, as evidenced by the Fcount result of 14.202 with a significant level of 0,000.*

**Keywords:** *Promotion, Ease, Safety and Purchase Interest*