

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET*  
LINKAJA DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**HANNA OKTAVIA LIE CHANDRA**

**203402516183**



**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET*  
LINKAJA DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

**HANNA OKTAVIA LIE CHANDRA**

**203402516183**



**PROGAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL JAKARTA**

**2024**

## LEMBARAN PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau temuan peneliti, kecuali jika sumbernya jelas ditunjukkan. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar dalam program serupa di perguruan tinggi lainnya. Semua data dan informasi yang digunakan telah diungkapkan dengan jelas dan dapat diverifikasi keakuratannya.

Jakarta, 10 Februari 2024

Penulis



HANNA OKTAVIA LIE CHANDRA

NPM : 203402516183

**LEMBAR PERSETUJUAN**

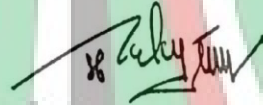
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN  
PENGUNAAN, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA DI  
JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Hanna Oktavia Lie Chandra**

Nomer Pokok : **203402516183**

Progam studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir



Dr. Subur Karyatun S.E., M.M.

Menyetujui,

Dean Progam Studi Manajemen



Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Jakarta, Maret 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Tugas Akhir :** PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *E-WALLET* LINKAJA DI JAKARTA SELATAN

**Nama Mahasiswa :** Hanna Oktavia Lie Chandra

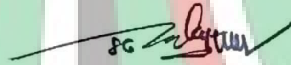
**Nomor Pokok :** 203402516183

**Program Studi :** MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian  
Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

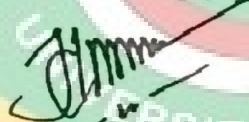
Menyetujui

Pembimbing Skripsi,



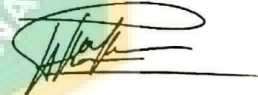
Dr. Subur Karyatun S.E., M.M.

Ketua Penguji,



Dr. I Made Adnyana, S.E., M.M.

Anggota/Penguji,



(Dr. Andi Pallawagau, S.E., M.Si)

Mengetahui,

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D

Tanggal : 10 Februari 2024

Tanggal Lulus : 04 Maret 2024

## ABSTRAK

### PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-WALLET LINKAJA DI JAKARTA SELATAN

Oleh : Hanna Oktavia Lie Chandra

NPM. 203402516183

Tugas akhir, dibawah bimbingan Dr. Subur Karyatun S.E., M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruh *Brand Image*, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* LinkAja. Metode penelitian yang diterapkan adalah metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang telah melakukan Keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yang mempunyai pengalaman menggunakan aplikasi *e-wallet* LinkAja. Teknik sampel menggunakan lemeshow dan Teknik analisis data menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 25.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Brand Image*, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *e-wallet* LinkAja di Jakarta Selatan.

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Kemudahan Penggunaan, Promosi, Keputusan Penggunaan

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, EASE OF USE, AND PROMOTION ON THE DECISION TO USE LINKAJA E-WALLET IN SOUTH JAKARTA***

By: Hanna Oktavia Lie Chandra

NPM. 203402516183

*The Final project, under the guidance of Dr. Subur Karyatun S.E., M.M.*

*The aim of this research is to analyze and determine the influence of brand image, ease of use and promotion on decisions to use LinkAja e-wallet. The research method applied is a quantitative method with a sample of 100 respondents who have made a decision to use the LinkAja e-wallet. The data collection method used was by giving questionnaires to 100 respondents who had experience using the LinkAja e-wallet application. The sample technique uses lemeshow and the data analysis technique uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 25.0 program.*

*The results of this research show that there is a positive and significant influence between the variables Brand Image, Ease of Use, and Promotion on the Decision to Use LinkAja e-wallet in South Jakarta..*

***Keywords: Brand Image, Ease of Use, Promotion, Decision to Use***

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Hanna Oktavia Lie Chandra  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 22 Oktober 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Belum Menikah  
Alamat Rumah : Jl. Kencana No.41 RT.013/RW.13  
Cilandak Barat, Cilandak, Jakarta Selatan  
Telepon : 085782180420  
Email : hannaoktivialie22@gmail.com

### 2. RIWAYAT PENDIDIKAN

2008 – 2014 : SDN Cilandak Barat 03 Pagi  
2014 – 2017 : SMPN 86 Jakarta  
2017 – 2020 : SMAS PGRI 3 Jakarta  
2020 – 2024 : Universitas Nasional



## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena Anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan judul “ **Pengaruh *Brand Image*, Kemudahan Penggunaan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet Linkaja di Jakarta Selatan*”** dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, dukungan dari berbagai pihak dan berkah dari Tuhan Yang Maha Esa dan kepada kedua orang tua penulis atas segala dukungan, bantuan moril dan finansial serta doa-doanya selama ini. penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, Kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E. M.App.Ec. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. Selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan besar dalam menyelesaikan skripsi ini karena telah bersedia meluangkan waktu , tenaga, pikiran dan kesabarannya dalam memberikan arahan, berbagi ilmu, petunjuk, dan bimbingan secara tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir.
6. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta

menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

7. Seluruh jajaran staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
8. Terimakasih kepada Kedua Orang tua Penulis yang tercinta, Bapak Lie Mie Tjhong dan Ibu Sri Handayaningsih yang selalu memberikan dorongan semangat, motivasi, nasehat, serta Doa dan perhatian lebih yang semua itu bertujuan agar penulis cepat dalam menyelesaikan skripsinya.
9. Terima Kasih kepada Bu Ross dan Mba Santi yang sudah saya anggap seperti Ibu dan kakak saya sendiri yang telah memberikan saya motivasi, semangat dan doa serta nasihat yang baik dan atas segala bantuan yang telah di berikan selama saya menempuh Gelar Sarjana di Universitas Nasional.
10. Terima kasih kepada koko saya Daniel Lie Chandra yang selalu support perkuliahan saya.
11. Terima kasih kepada Dani Afrian yang selalu support saya dalam penulisan skripsi ini, serta membantu saya dalam menyebarkan Kuesioner Penelitian.
12. Kepada teman – teman saya (Adel, Dina, Tanti, Puspay, Pm, Dinras, Faiz, Rehan, Niko, Eric) yang selalu menemani saya dari awal perkulihan hingga akhir, selalu memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Kepada Teman - Teman seperjuangan yang sedang menyusun skripsi khususnya Program studi Manajemen angkatan 2020 serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membantu selama masa perkuliahan.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat balasan berlipat ganda dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun tugas akhir ini baik dalam teknik penyusunan maupun dalam pembahasan. Demikian tugas akhir ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat berharga bagi penulis. Semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan manfaat yang berarti kepada pihak yang pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak kepada semua kalangan yang turut membantu penulis untuk dapat mentuntaskan tugas akhir ini.

## DAFTAR ISI

COVER

LEMBARAN PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

*ABSTRACT*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2. Konsep Manajemen Pemasaran.....	7
3. Tujuan Manajemen Pemasaran.....	8
4. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	9
5. Keputusan Pembelian.....	11
a) Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
b) Faktor - Faktor Keputusan Pembelian.....	10
c) Indikator Keputusan Pembelian.....	11
6. <i>Brand Image</i> .....	12
a) Pengertian <i>Brand Image</i> .....	12
b) Faktor - Faktor <i>Brand Image</i> .....	12

c) Indikator <i>Brand Image</i> .....	13
7. Kemudahan Penggunaan .....	13
a) Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	13
b) Faktor - Faktor Kemudahan Penggunaan .....	14
c) Indikator Kemudahan Penggunaan .....	15
8. Promosi .....	15
a) Pengertian Promosi .....	15
b) Faktor - Faktor Promosi .....	16
c) Indikator Promosi .....	16
B. Keterkaitan antara Variabel Penelitian .....	17
1. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan .....	17
2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	18
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan .....	18
4. Hasil Penelitian sebagai Rujukan Penelitian .....	19
5. Kerangka Analisis .....	22
6. Hipotesis .....	23
<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Objek Penelitian .....	24
B. Data Penelitian .....	24
1. Sumber Data dan Jenis Data .....	24
2. Populasi dan Sampel .....	25
C. Jenis Variabel yang Digunakan .....	26
1. Variabel independen .....	27
2. Variabel Dependen .....	27
D. Definisi Operasional .....	27
E. Metode Analisis Data .....	29
1. Metode Analisis .....	29
2. Uji Instrumen .....	29
3. Uji Asumsi Klasik .....	31
4. Uji Kelayakan Model .....	33
F. Uji Hipotesis (Uji t) .....	34

<b>BAB IV .....</b>	<b>37</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Hasil Penelitian.....	35
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	36
2. Sejarah Singkat Perusahaan .....	36
3. Deskripsi Data Penelitian .....	37
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	
a) Metode Analisis.....	44
b) Uji Instrumen .....	47
c) Uji Asumsi Klasik .....	50
d) Uji Kelayakan Model .....	55
e) Uji Hipotesis .....	57
B. Pembahasan .....	58
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1) terhadap Keputusan Penggunaan	
(Y) .....	58
2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan (X2) terhadap Keputusan	
Penggunaan (Y).....	59
3. Pengaruh Promosi (X3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y).....	60
<b>BAB V .....</b>	<b>61</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	64
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebagai Rujukan .....	19
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert.....	26
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan .....	43
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Brand Image (X1) .....	44
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan (X2) .....	45
Tabel 4.8 Data Variabel Promosi (X3).....	46
Tabel 4.9 Data Variabel Keputusan Penggunaan (Y) .....	46
Tabel 4.10 Rekapitulasi Uji Validitas .....	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas .....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Keputusan Pengguna E-Wallet di Indonesia 2022 .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	22
Gambar 4.1 Diagram Persentase Jenis Kelamin .....	39
Gambar 4.2 Diagram Persentase Kelompok Usia.....	40
Gambar 4.3 Diagram Persentase Jenis Pekerjaan .....	41
Gambar 4.4 Diagram Persentase Penghasilan.....	42
Gambar 4.5 Diagram Persentase Jumlah Penggunaan.....	43
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskadasitas.....	52



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	71
Lampiran 3 Output Hasil Olahan SPSS Versi 25.....	85
Lampiran 4 t Tabel .....	92
Lampiran 5 Tabel Durbin Watson.....	93
Lampiran 6 R Tabel .....	94
Lampiran 7 Bimbingan Tugas Akhir.....	95
Lampiran 8 Turnitin .....	96

