

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dibidang penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 28 Desember 2021

Widia Wati
NIM. 171410010

ABSTRAK

Nama: Widia Wati, NIM: 171410010, Judul Skripsi: *Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Digital Payment ShopeePay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)*.

Latar belakang penelitian ini adalah Semakin berkembang dan banyaknya saingan pada *Digital Payment*. Mengakibatkan persaingan dibidang aplikasi *Digital Payment* yang semakin ketat, hal ini mengharuskan perusahaan *Digital Payment* memperhatikan faktor-faktor yang dapat terus membuat Perusahaan bertahan, tumbuh dan berkembang.

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1) Bagaimana pengaruh periklanan terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten ? 2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten ? 3) Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten ? 4) Bagaimana pengaruh periklanan, kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten ?

Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. 3) Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. 4) Untuk mengetahui pengaruh periklanan, kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan menggunakan *digital payment* ShopeePay pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Uji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji asumsi klasik. Uji t dan uji f karena diduga ada pengaruh yang positif dan signifikan antara periklanan, kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap keputusan menggunakan, dan uji koefisien determinasi.

Kesimpulannya, pengujian hipotesis pada periklanan diketahui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.353 > 1,984$), berarti bahwa periklanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Pengujian hipotesis pada kualitas produk diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. ($2.423 > 1,984$), berarti bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Dan pengujian hipotesis pada persepsi konsumen diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.593 > 1,984$), berarti bahwa persepsi konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Kemudian pada uji f diperoleh hasil nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($83.316 > 2,70$), hal ini menunjukkan bahwa periklanan, kualitas produk dan persepsi konsumen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan. Setelah dilakukan analisis statistik didapat persamaan regresi berganda $Y = 0,656 + 0,218x_1 + 0,208x_2 + 0,632x_3 + e$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0.714, hal tersebut menunjukkan bahwa periklanan, kualitas produk dan persepsi konsumen mempengaruhi keputusan menggunakan. Sedangkan 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Periklanan, Kualitas Produk, Persepsi Konsumen, dan Keputusan Menggunakan*



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

Jl. Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118 Telp. 0254-2003323 Fax. 0254-200022

Nomor	: Nota Dinas	Kepada Yth,
Lampiran	: 1 (satu) eksemplar	Dekan Fakultas Ekonomi
Hal	: Usulan Munaqasyah	Dan Bisnis Islam
	a.n. Widia Wati	UIN SMH Banten
	NIM. 171410010	di –
		Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara **Widia Wati**, NIM: **171410010**, Judul Skripsi: **Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Digital Payment SHOPEEPAY (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)**, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian, atas perhatian Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, Oktober 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Aan Ansori, M.Kom., M.M
NIP. 196731015 200701 1 027

Anita, M. SI
NIP. 19820808 201503 2 003

PERSETUJUAN
PENGARUH PERIKLANAN, KUALITAS PRODUK
DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN DIGITAL PAYMENT
SHOPEEPAY

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN
Sultan Maulana Hasanuddin Banten)

Oleh:

Widia Wati
NIM : 171410010

Menyetujui,

Pembimbing I



Aan Ansori, M.Kom., M.M
NIP. 196731015 200701 1 027

Pembimbing II



Anita, M. SI
NIP. 19820808 201503 2 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Nihayatul Masykurah, M.SI.
NIP. 19640212 199103 2 003

Ketua Jurusan

Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisatul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 19740822 200501 2 003

PENGESAHAN

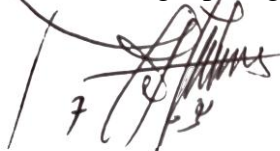
Skripsi a.n **Widia Wati**, NIM: **171410010**, Judul Skripsi: **Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Digital Payment SHOPEEPAY (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten)**, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 28 Desember 2021 Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Srata (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Ketua Merangkap Anggota



Dr. Budi Sudrajat, M.A.
NIP. 197403072002121004

Sekretaris Merangkap Anggota



Farhan Firdaus, S.Hum., M.Pd.
NIP. 199103302020121003

Anggota,

Penguji I



Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak.
NIP. 19740822 200501 2 003

Penguji II



Elsa, M.Ak.
NIP. 198510062019032011

Pembimbing I



Aan Ansori, M.Kom., M.M.
NIP. 196731015 200701 1 027

Pembimbing II



Anita, M. SI.
NIP. 19820808 201503 2 003

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang utama dari segalanya...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta kesabaran.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang kusayangi.

Untuk ayah dan mamah tersayang

Dengan rasa hormat sebagai tanda bakti, dan rasa trimakasih yang tiada terhingga aku persembahkan karya tulis ilmiahku untuk ayah dan mamah yang senantiasa selalu mendoakanku, menasehatiku, mendukungku menyemangatiku tanpa lelah dan atasegala dukungan dan kasih sayang yang tiada terhingga yang tidak mungkin dapatkubalas hanya dengan selebar kertas yang kutuliskan kata cinta dan persembahan.

MOTTO

“Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkanmu.” -HR.Muslim

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Widia Wati, lahir di Jakarta 19 Maret 2000 anak ketiga dari empat bersaudara, dari orang tua bernama Kasimin dan Rohmawati.

Pendidikan yang telah ditempuh SDN Sudimara 08 lulus Tahun 2011, SMP PGRI 2 Ciledug lulus Tahun 2014, SMAN 12 Kota Tangerang lulus Tahun 2017 kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi ekstra kampus yaitu di HIMATA UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Ungkapan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslimin yang masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan suri tauladan hingga akhir zaman dan pemberi syafaat bagi umat islam.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan oleh Allah SWT, dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Periklanan, Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Digital Payment ShopeePay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”***. Oleh karenanya, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M. Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten,

4. Bapak Aan Ansori, M.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Anita, M. SI., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan tepat waktu.
5. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M., M.Ak., selaku Dosen Penguji I dan Ibu Elsa, M.Ak., selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia menguji serta memberikan masukan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Budi Sudrajat, M.A., selaku Ketua merangkap anggota, dan Bapak Farhan Firdaus, S.Hum., M.Pd. selaku Sekretaris merangkap anggota.
7. Bapak/Ibu seluruh Dosen, staff, dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat saya yang bernama Susi Arbiati Simatupang, Widi Wahyuni, Juliani Kusdarmal, Anisa Febrisky, Elsa Ulpasani, Dela Yunda Gelena, Tiyas Ayu Mardianti yang telah memberikan dukungan, kehangatan dan kebahagiaan untuk saya.
10. Teman-teman seperjuangan yang tak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu saling memberikan dukungan dan motivasi.

Mengingat penulis masih dalam proses tahap belajar, oleh karena itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat

banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik serta saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi para pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Serang, 28 Desember 2021

Penulis,

Widia Wati

NIM. 171410010

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN.....	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah	14
D. Rumusan Masalah	16
E. Tujuan Penelitian.....	16
F. Manfaat Penelitian.....	17
G. Sistematika Pembahasan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	21
A. <i>Theory of Reasoned Action</i>	21
B. Periklanan	29
1. Definisi Periklanan	29
2. Fungsi Periklanan	34
3. Indikator Periklanan.....	38

C.	Kualitas Produk	40
1.	Pengertian Kualitas Produk	40
2.	Karakteristik Produk yang berkualitas	45
3.	Indikator Kualitas Produk	48
D.	Persepsi Konsumen	49
1.	Pengertian Persepsi Konsumen.....	49
2.	Proses Persepsi Konsumen	54
3.	Indikator Persepsi Konsumen	58
E.	Keputusan Pembelian	59
1.	Pengertian Keputusan Peembelian.....	59
2.	Proses Keputusan Pembelian	65
3.	Indikator Keputusan Pembelian.....	66
F.	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	67
G.	Kerangka Pemikiran	69
H.	Hipotesis	81
BAB III METODE PENELITIAN.....		83
A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	83
B.	Metode Penelitian	84
C.	Poupulasi dan Sampel.....	85
D.	Teknik Pengumpulan Data	89
E.	Jenis dan Sumber Data	95
F.	Identifikasi Variabel	97
G.	Definisi Operasional Variabel.....	98
H.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	108
I.	Pengujian Asumsi Klasik	110
J.	Model Analisis Data	114
K.	Pengujian Hipotesis	116

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	118
A. Hasil Penelitian.....	118
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	118
2. Karakteristik Responden.....	121
3. Analisis Deskripsi Variabel	124
4. Uji Inferensial	126
B. Pembahasan	148
BAB V PENUTUP	158
A. Kesimpulan.....	158
B. Saran	161
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	74
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	83
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	91
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Angket Periklanan.....	92
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Kualitas Produk.....	93
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Persepsi Konsumen	93
Tabel 3. 6 Kisi-Kisi Angket Keputusan Menggunakan	94
Tabel 3. 7 Definisi Operasional Variabel	98
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	121
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	122
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan.....	123
Tabel 4. 4 Analisis Statistik Deskriptif	124
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	127
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas.....	129
Tabel 4. 7 Uji Normalitas	131
Tabel 4. 8 Uji Heterokedastisitas.....	133
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	135
Tabel 4. 10 Uji Lineritas Periklanan.....	136
Tabel 4. 11 Uji Lineritas Kualitas Produk	137
Tabel 4. 12 Uji Lineritas Persepsi Konsumen.....	138
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda.....	139
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	142
Tabel 4. 15 Uji T	144
Tabel 4. 16 Uji F.....	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	80
Gambar 4. 1 Grafik P.P Plot	132