

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN APLIKASI OVO (Survei Pada Mahasiswa
Universitas Negeri Jakarta)**

**SARAH NABELLA RAHMA
8223164370**



**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE OF PROMOTION ON THE DECISION OF
USING THE OVO APPLICATION (Survey of Students at the
Jakarta State University)***

**SARAH NABELLA RAHMA
8223164370**



***The Scientific Paper was written to acquire one of The Requirment to get the title
of Ahli Madya Degree at Faculty of Economic State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

SARAH NABELLA RAHMA. 2019. 8223164370. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) mengetahui bagaimana gambaran atau hasil dari promosi dan keputusan penggunaan aplikasi OVO. 2) mengetahui apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi OVO. Pada penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form*. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden yang menggunakan aplikasi OVO. Teknis analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap variabel keputusan penggunaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,462 (46,2%). Sedangkan sisanya 0,538 (53,8%) dijelaskan oleh variabel bebas lainnya yang tidak dianalisis pada penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Keputusan Penggunaan, Aplikasi Ovo, *Digital Payment*, *Fintech*

ABSTRACT

Sarah Nabella Rahma. 2019. 8223164370. The Influence Of Promotion On The Decision Of Using The OVO Application (Survey of Students at the Jakarta State University). Study Program Of DIII Marketing Management Faculty Of Economics State University Of Jakarta.

This research aims to: 1) find out how the description or results of promotions and decisions for the use of OVO applications. 2) find out whether the promotion has a significant effect on the decision to use the OVO application. In this study the data obtained from the results of the distribution of questionnaires through Google form. The sample used was 120 respondents who used the ovo application. Technical analysis of data using descriptive analysis, test instruments, test classic assumptions, and test hypotheses. The results of this study indicate that there is a significant influence between the promotion variables on the usage decision variable. This is indicated by the coefficient of determination (R^2) of 0.462 (46.2%). While the remaining 0.538 (53.8%) are explained by other independent variables not analyzed in this research.

Keywords : Promotion, Use Decision, Ovo Application, Digital Payment, Fintech

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus.
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, M.M
NIP. 19620623 199003 2 001



20 Agustus 2019

Penguji Ahli

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198503 2 001



21 Agustus 2019

Dosen Pembimbing

Shandy Aditya BIB., MPBS
NIP. 19840408 201903 1 003



21 Agustus 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Sarah Nabeli Rahma

No. Reg. 8223164370

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis diberikan kesehatan dan kemudahan dalam penelitian ini, serta kepada orangtua dan keluarga yang selalu mendoakan dan mendukung sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). Penyusunan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat terselesaikan karena dengan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Shandy Aditya, BIB, MBPS selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam proses penulisan karya ilmiah ini.
2. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana S.E, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh dosen Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi yang telah membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
5. Grup Blackpink dan September Ceria serta teman-teman Prodi DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2016 yang telah memberi dukungan, semangat, dan membantu penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari kekurangan dalam penyusunan karya ilmiah ini karena keterbatasan wawasan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, yang dapat membantu penulis untuk lebih baik lagi. Semoga karya ilmiah ini dapat membantu dan berguna bagi penulis serta bagi orang lain yang membacanya.

Jakarta, 24 Juli 2019

Penulis