

**PENGARUH PERSEPSI POTONGAN HARGA DAN FITUR
LAYANAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI
MENGUNAKAN E-WALLET LINKAJA
(STUDI KASUS KOTA LANGSA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

YUDHI DWI DARMAWAN

NIM. 4032016033



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

2023

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI POTONGAN HARGA DAN
FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI
MENGUNAKAN E-WALLET LINKAJA
(STUDI KASUS KOTA LANGSA**

YUDHI DWI DARMAWAN

Nim. 4032016033

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)
Pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah

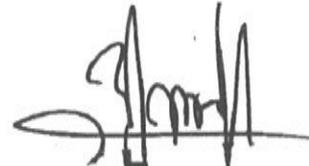
Langsa, 1 Oktober 2022

Pembimbing I



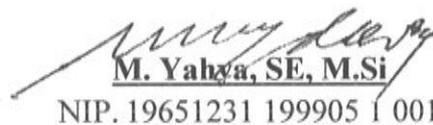
Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007

Pembimbing II



Zikriah Ulya, SE, M.Si
NIDN.2024029102

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen Keuangan Syariah



M. Yahya, SE, M.Si
NIP. 19651231 199905 1 001

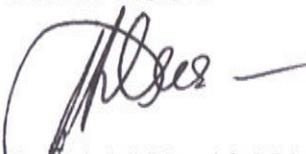
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul "Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Wallet LinkAja (**Studi Kasus Kota Langsa**)" an. Yudhi Dwi Darmawan, NIM 4032016033 Program Studi Manajemen Keuangan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 30 Januari 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.

Langsa, 30 Januari 2023

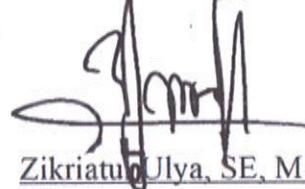
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Manajemen Keuangan Syariah IAIN Langsa

Ketua/Penguji I



Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007

Sekretaris/Penguji II



Zikriatul Ulya, SE, M.Si
NIDN. 2024029102

Penguji III/Anggota



Dr. H. Basri, MA
NIP. 19670214 199802 1001

Penguji IV/Anggota



Muhammad Nuh Rasyid, MA
NIDN. 2019117902

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
IAIN Langsa



Prof. Dr. Iskandar Budiman, M. CL
NIP. 19650616 1995031 002

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudhi Dwi Darmawan
NIM : 4032016033
Tempat/tgl. Lahir : Julok Rayeuk, 29 Juni 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Pipa Dsn. Utama PB. Tunong
Kec. Langsa Baro Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Wallet LinkAja (Studi Kasus Kota Langsa)**" benar karya asli saya dan bukan hasil plagiasi, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 29 November 2022

Yang membuat pernyataan



Yudhi Dwi Darmawan

ABSTRAK

Perkembangan transaksi online yang bertambah pesat mengakibatkan adanya berbagai macam teknologi baru pada aspek keuangan, contohnya yaitu *e-wallet*. Terdapat 38 *e-wallet* di Indonesia yang tercatat telah memperoleh izin dari Bank Indonesia contohnya yaitu LinkAja. Persaingan antar *e-wallet* membuat LinkAja melakukan berbagai inovasi guna terus meningkatkan pemakaian. Di sisi lain, *e-wallet* LinkAja juga terus berusaha guna mengenalkan masyarakat dengan berbagai promosi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi potongan harga dan fitur layanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sebanyak 100 responden terlibat dalam penelitian ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan dalam penelitian ini sebagai metode untuk menganalisa data menggunakan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi potongan harga adalah bernilai 0.543 sehingga hasil tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Fitur layanan bernilai 10.693 menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Sedangkan variabel independen yaitu persepsi potongan harga dan fitur layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi.

Kata kunci: Persepsi Potongan Harga, Fitur Layanan, Minat

ABSTRACT

The rapid development of online transactions has resulted in various new technologies in the financial aspect, for example, e-wallet. There are 38 e-wallet in Indonesia that are recorded to have obtained permission from Indonesia Bank, for example, LinkAja. Competition between e-wallet makes LinkAja make various innovations to continue to increase usage. On the other hand, LinkAja e-wallet also continues to try to introduce the public to various promotions. This study aims to test the effect of perception of discounts and service features on the interest in transacting using LinkAja e-wallet. The method used is a quantitative approach. A total of 100 respondents were involved in this study using the Simple Random Sampling technique. Data obtained by distributing questionnaires. Multiple Linear Regression Analysis was used in this study as a method to analyze data using SPSS (Statistical Package for Social Science) software version 25. The result showed that the perception discount is worth 0.543 so that the result of no effect positive and significant interest to transact. Features services worth 10.693 shows it has some positive effects and significantly to interest transact. While the independent variable that perception discount features and services simultaneously it has some positive effects and significantly to interest transact.

Keywords: Discount Perception, Service Features, Interests

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puja puji bagi Ilahi Zat Yang Maha Sempurna muara segala kerinduan dari pencinta yang haus akan kekekalan kasih sayang-Nya, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, "Pengaruh persepsi potongan harga dan fitur layanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* LinkAja" dengan baik. Shalawat beriringkan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa umat manusia menuju kearah jalan kesempurnaan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Prof. Dr. Iskandar Budiman, M.CL., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak M. Yahya SE, M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Abdul Hamid, MA selaku pembimbing I yang memberikan arahan terhadap skripsi ini agar lebih baik.
5. Ibu Zikriatul Ulya SE, M.Si selaku pembimbing II yang memberikan arahan terhadap skripsi ini agar lebih baik.
6. Ibu Mastura M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

8. Segenap Staff TU Prodi Manajemen Keuangan Syariah dan yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
9. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan doa, moral dan materil sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini serta semangat dan perjuangannya yang telah menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua teman-teman unit Manajemen Keuangan Syariah yang telah memberikan dukungan. Terima kasih, peneliti ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama-sama mencari ilmu di Fakultas tercinta kita.

Akhir kata, kepada Allah SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalam.

Langsa, November 2022

Peneliti

Yudhi Dwi Darmawan

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ś	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	L
—	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antaraharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
—	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و ----	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbutah.

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) ta marbutahhidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) ta marbutahmati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3) Kalaupun kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال , namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- 2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh :

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئى

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman tranliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.6. Penjelasan Istilah	10
1.7. Sistematika Penjelasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Persepsi Potongan Harga	12
2.1.1. Pengertian Persepsi dan Potongan Harga	15
2.1.2. Indikator Persepsi Potongan Harga.....	16
2.1.3. Manfaat Persepsi Potongan Harga	16
2.1.4. Jenis-Jenis Persepsi Potongan Harga	16
2.1.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Potongan Harga	17
2.2. Fitur Layanan	18
2.2.1. Pengertian Fitur Layanan	18
2.2.2. Indikator Fitur Layanan	20
2.2.3. Karakteristik Fitur	21
2.3. Minat	21
2.3.1. Pengertian Minat	21
2.3.2. Indikator Minat	22
2.3.3. Aspek-aspek Minat	23
2.3.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	25

2.4. <i>E-Wallet</i>	25
2.4.1. Pengertian <i>E-Wallet</i>	25
2.4.2. Indikator Penggunaan <i>E-Wallet</i>	26
2.4.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan <i>E-Wallet</i>	27
2.5. Penelitian Terdahulu	28
2.6. Kerangka Pemikiran.....	32
2.7. Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Jenis dan Sifat Penelitian	34
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.3. Populasi dan Sampel	35
3.3.1. Populasi.....	35
3.3.2. Sampel.....	35
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Definisi dan Operasional Variabel.....	39
3.6.1. Definisi Variabel.....	39
3.6.2. Operasionalisasi Variabel	40
3.7. Uji Validitas	40
3.8. Uji Reabilitas	41
3.9. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.9.1. Uji Normalitas.....	41
3.9.2. Uji Linearitas	41
3.9.3. Uji Multikolinearitas	42
3.9.4. Uji Heterokedastisitas.....	43
3.9.5. Uji Autikorelasi.....	43
3.10. Analisis Regresi	45
3.10.1. Analisis Regresi Linear Berganda	45
3.11. Uji Hipotesis	46
3.11.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	46
3.11.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	46
3.12. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Hasil Penelitian	48
4.1.1. Gambaran Umum.....	48
4.1.2. Sejarah Singkat Kota Langsa	48
4.1.3. Letak Geografis Wilayah Kota Langsa	50
4.1.4. Gambaran Umum LinkAja	52

4.1.5. Visi Misi LinkAja	53
4.1.6. Karakteristik Penelitian.....	53
4.1.7. Hasil Uji Validitas.....	60
4.1.8. Hasil Uji Reliabilitas.....	63
4.1.9. Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.10. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	69
4.1.11. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	70
4.1.12. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	72
4.1.13. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
4.2. Pembahasan.....	74
4.2.1. Pengaruh Persepsi Potongan Harga Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Wallet</i> LinkAja	74
4.2.2. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Wallet</i> LinkAja	76
4.2.3. Pengaruh Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>E-Wallet</i> LinkAja	78
BAB V PENUTUP	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	32
Gambar 4.1 Peta Kota Langsa.....	50
Gambar 4.2 Persentase Luas Wilayah Per Kecamatan	51
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi LinkAja...	58
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	38
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 4.1 Uji Validitas	60
Tabel 4.2 Uji Reabilitas.....	63
Tabel 4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	64
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	66
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4.7 Uji Linearitas Persepsi Potongan Harga	68
Tabel 4.8 Uji Linearitas Fitur Layanan	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2. Observasi	90
Lampiran 3. Hasil Tabulasi	91
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	94
Lampiran 5. Hasil Uji Reabilitas.....	97
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
Lampiran 7. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	100
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis.....	101
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	101
Lampiran 10. Dokumentasi.....	102

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini telah memicu banyak perubahan pada karakteristik pola berbelanja konsumen yang awalnya melakukan pembelian secara langsung dengan mendatangi toko tempat barang dijual menjadi penjualan secara *online*. Perubahan juga terjadi dengan pola pembayaran pembelian produk, konsumen pun beralih dari pembayaran tunai menjadi pembelian non tunai dengan sistem pembayaran digital dengan menggunakan berbagai aplikasi yang tersedia, baik yang disediakan oleh bank-bank terkemuka maupun perusahaan penyedia dana lainnya.¹

Perkembangan teknologi dalam bertransaksi membuat teknologi finansial atau *financial technology (fintech)* semakin berkembang di Indonesia. Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan atau efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran (Peraturan Bank Indonesia nomor 19/12/PBI/2017 tahun 2017).²

¹ Indri Kartika Dewi. *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Jurnal Sains Manajemen Volume 5 No 2 Desember 2019 159 Traveloka)*. Skripsi pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. 2018

² Peraturan Bank Indonesia nomor 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial

Contoh penyelenggaraan Teknologi Finansial pada kategori sistem pembayaran antara lain penggunaan teknologi *blockchain* atau *distributed ledger* untuk penyelenggaraan transfer dana, uang elektronik, dompet elektronik, *mobile payments* dan *e-wallet*.³

Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan bagi berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu aspek yang sangat terlihat adalah semakin banyak manusia yang memiliki dan menggunakan ponsel pintar. Perkembangan teknologi tersebut kini telah muncul nilai inovasi hampir dalam segala bidang yang dapat membantu dan memudahkan aktivitas manusia sehari-hari termasuk dalam bidang ekonomi khususnya dalam keuangan. Dalam bidang keuangan kini telah muncul inovasi berupa uang elektronik (*e-money*).

Dengan majunya teknologi di bidang keuangan adalah salah satu solusi yang terus dikembangkan untuk kemudahan masyarakat dalam melakukan semua urusan keuangannya. Solusi yang sudah tersedia bagi masyarakat Indonesia adalah sebuah aplikasi bernama *e-wallet*. Pada dasarnya *e-wallet* adalah dompet digital yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran yang terintegrasi, *e-wallet* adalah suatu layanan elektronik yang berfungsi untuk menyimpan data dan instrumen pembayaran yang antara lainnya adalah alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan juga uang elektronik menampung dana dan juga melakukan pembayaran.⁴

E-wallet adalah suatu layanan yang bersifat elektronik dengan fungsi menyimpan data dan juga instrumen dari pembayaran diantaranya yaitu sebagai

³ *Ibid.*

⁴ Katadata.co.id, *Digitalisasi Ekonomi*. Diakses pada 09 Juli 2021.

alat pembayaran melalui kartu serta uang elektronik, menampung dana serta bisa digunakan untuk melakukan pembayaran.⁵ *E-wallet* merupakan salah satu bentuk Fintech (*Finance Technology*) yang memanfaatkan media Internet dan digunakan sebagai salah satu alternatif untuk metode pembayaran yang berfungsi sebagai transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh masyarakat.

Dompot digital berbentuk aplikasi yang memudahkan bertransaksi dengan lebih cepat, baik *offline* maupun *online*. Penggunaannya tentu lebih sesuai dengan perkembangan bisnis *online* saat ini. Yang tak kalah penting, *e-wallet* memiliki kemampuan untuk mencatat setiap transaksi. Mulai dari saldo yang masuk atau keluar, jumlah transaksi yang dilakukan, hingga detail transaksi yang dilakukan. Transaksi yang bisa dilakukan oleh *e-wallet* seperti mengirim uang ke teman atau orang sekitar, membayar barang dan jasa dengan membatasi jumlah uang yang terdapat pada aplikasi. Ada tiga jenis platform atau teknologi pembayaran yang biasa digunakan oleh dompet digital, yaitu sebagai berikut: *QR Code*, *NFC (Near Field Communication)*, *QRIS* dan lainnya.⁶

E-wallet juga memiliki kelebihan dan kemampuan untuk mencatat setiap transaksi. Mulai dari saldo yang masuk atau keluar, jumlah transaksi yang dilakukan, hingga detail transaksi yang dilakukan. yang tidak ditemukan di dompet fisik. Penggunaan *e-wallet* semakin meningkat yang dapat memudahkan sebagai sistem pembayaran yang legal di Indonesia untuk mendukung sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar. Serta berdampaknya muncul banyak *startup*

⁵ Mulyana, A., dan Wijaya, H. *Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android*. *Jurnal Sistem Komputer*, Vol.7, No.2. 2018

⁶ Mujahidin, A. *Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial*. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), h. 143–150. 2020.

fintech dengan penawaran menarik dan fitur beragam. Salah satu aplikasi *e-wallet* dalam penelitian ini yaitu LinkAja. LinkAja adalah dompet digital dengan jaringan antar bank di Indonesia yang cukup luas. *E-wallet* ini menghubungkan Telkomsel dan empat bank milik negara, yaitu Bank Mandiri, BTN, BNI 46, dan BRI.⁷

LinkAja juga memberikan kapasitas penarikan dan penyimpanan ke nomor portabel/saldo keuangan dari penyesuaian LinkAja. Peralihan *T-Cash* berubah nama menjadi LinkAja dan diresmikan pada tahun 2019. LinkAja adalah dompet digital milik publik (BUMN), satu-satunya dompet digital milik pemerintah, LinkAja memiliki keistimewaan. Layanan yang diberikan LinkAja terintegrasi dengan Layanan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Berbagai layanan yang disediakan LinkAja dapat meningkatkan kesadaran pengguna akan manfaat aplikasi LinkAja. Selain itu, LinkAja juga menyediakan layanan khusus yang tidak dimiliki *e-wallet* lainnya. Dalam izin pembinaan barang *e-cash* berbasis server dari Bank Indonesia yang dirancang untuk memberikan layanan syariah bebas riba, gharar, maysir, tadlis, dan israf, dan mampu memenuhi harapan pengguna yang ingin bertransaksi.⁸

Dengan integrasi itulah LinkAja bisa memiliki banyak kegunaan layaknya *e-money*. Misalnya untuk pembayaran transportasi umum, dan pembelian BBM. Keunggulan ini belum mampu ditandingi *e-wallet* lain. LinkAja juga dapat digunakan untuk membayar tagihan di lebih banyak layanan. Mulai dari tagihan

⁷<https://sis.binus.ac.id/2019/10/19/kelemahan-dan-kelebihan-ewallet/Binus.ac.id>.

Kelemahan dan Kelebihan E-Wallet. Bina Nusantara University. 2019

⁸ <https://mui.or.id/berita/11352/ini-fatwa-terbaru-dsn-muitentang-uang-elektronik-dan-layanan-pembiayaan-berbasis-it/> Anam, "Ini Fatwa Terbaru DSN-MUI tentang Uang Elektronik dan Layanan Pembiayaan Berbasis IT". 2021

koperasi, pendidikan, properti, hingga pajak dan retribusi. Yang tak kalah unik, LinkAja memiliki fitur dompet digital syariah. Tentunya fitur yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan syariah seperti pembayaran zakat, wakaf, investasi syariah, hingga pembayaran haji dan umrah.⁹

Potongan harga dan fitur layanan merupakan suatu yang sangat di butuhkan oleh konsumen dalam hal ini, khususnya penggunaan jasa pembayaran dompet elektronik aplikasi LinkAja. Dalam aplikasi LinkAja penawaran potongan harga sangatlah banyak didapatkan, dengan berbelanja ditempat perbelanjaan yang menjadi mitra LinkAja, pengguna sudah mendapatkan potongan harga serta fitur layanan yang sangat memuaskan dan tentunya bermanfaat bagi para pengguna aplikasi LinkAja, hal tersebut merupakan hal yang sangat dicari oleh masyarakat yang ingin mendapatkan potongan harga dan juga fitur layanan dalam bertransaksi.

Potongan harga (*discount*) merupakan salah satu hal sangat memicu bagi para pengguna untuk menggunakan suatu jasa pembayaran yang ditawarkan seperti LinkAja, penjelasan potongan harga sendiri memiliki penjelasan umum yakni potongan atau pengurangan harga produk yang di bawah dari harga normal sesungguhnya, biasanya peneanan potongan harga atau *discount* pada suatu produk yang dikenakan persentase potogan harga, hal ini untuk para konsumen untuk membeli barang tersebut, sedangkan menurut Suhardi Sigit *discount* adalah pengurangan terhadap harga yang ditetapkan karena pembeli memenuhi syarat

⁹ <https://www.linkaja.id/>. F. K. Nusantara. *Keuntungan Pakai LinkAja*. 2020

yang telah ditentukan,¹⁰ namun jika di zaman sekarang, potongan harga dapat ditemui melalui jasa aplikasi pembayaran berbasis *e-money*, hal tersebut dapat memberikan potongan harga (*discount*) jika jasa pembayarannya digunakan, maka dari hal tersebut masyarakat khususnya di Kota Langsa banyak menggunakan pembayaran transaksi seperti *e-money* atau *e-wallet*.

LinkAja menghadirkan beragam fitur dan layanan transaksi pembayaran di lebih dari 150,000 merchant dan akan terus bertambah; pembayaran di lebih dari 400 tagihan dan produk digital seperti IndiHome, PLN dan puluhan *voucher game online*. Belanja *online* di lebih dari 20 *e-commerce* nasional seperti, Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee, pembayaran pada berbagai moda transportasi publik seperti, *Bluebird*, *Railling*, Damri, puluhan partner donasi seperti Rumah Zakat dan Baznas, Layanan pengiriman uang hingga fitur-fitur keuangan dan hiburan. Selain itu LinkAja memiliki titik CICO (*Cash In Cash Out*) untuk mengisi saldo dan menarik tunai lebih dari 100,000 titik di Indonesia seperti di minimarket (Indomaret, Alfamart, Alfamidi, dll), Grapari Telkomsel, puluhan ribu ATM Link Himbara. Ini memungkinkan pengguna untuk melakukan penarikan uang instan tanpa harus menggunakan kartu.. LinkAja juga menawarkan layanan pembayaran digital yang berbeda dari produk lain yang sudah ada di pasar saat ini, berfokus pada pemenuhan kebutuhan esensial masyarakat. Salah satunya adalah melalui program digitalisasi SPBU bersama Pertamina, pengenalan pembayaran nirsentuh

¹⁰ Dito Prayoga. “Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan E-Money (Studi Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa IAIN Palopo)”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Palopo, 2020). hlm. 4

di jalan tol bersama Jasamarga dan berbagai moda transportasi publik seperti kereta api, bis, LRT, MRT, Pesawat dan lain-lain.

Namun dengan lengkapnya fitur pada LinkAja dan banyaknya promo dapat meningkatkan intensitas transaksi dalam menggunakan aplikasi LinkAja, nyatanya transaksi LinkAja secara frekuensi masih terendah dibandingkan *e-wallet* lainnya, pengguna bertransaksi dengan ShopeePay rata-rata 14,4 kali per bulan. OVO digunakan bertransaksi 13,5 kali per bulan, GoPay 13,1 kali, DANA 12,2 kali, dan LinkAja hanya 8,2 kali.

Transaksi aplikasi LinkAja juga menguntungkan pengguna LinkAja yang bertransaksi pada *merchant* yang telah bekerja sama menggunakan LinkAja, sebab melakukan transaksi dengan jumlah minimum yang dipengaruhi menggunakan penawaran Hal-hal menarik seperti promo atau potongan harga, limit, dan *cashback*. Penelitian berfokus di Kota Langsa, yang jumlah penduduk sebesar 185.622 Jiwa.

Berdasarkan latar belakang di atas, ditetapkan identifikasi dan rumusan masalah penelitian yaitu sebagai bukti perkembangan teknologi yang pesat ialah berkembangnya teknologi keuangan berupa *e-wallet* sebagai alat pembayaran sehingga muncul beberapa kemudahan dan manfaat yang dirasakan terhadap pemenuhan kebutuhan. Transaksi menggunakan *e-wallet* memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang berpengaruh dalam keinginan individu sebagai salah satu cara untuk bertransaksi. Namun, berkembangnya *e-wallet* tidak terlepas dari berbagai kendala dari sisi penggunaan yang didapatkan, sehingga diperlukan adanya inovasi yang memungkinkan semakin tinggi minat bertransaksi terhadap

produk keuangan salah satunya *e-wallet*. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E- Wallet LinkAja* (Studi Kasus Kota Langsa)**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Peralihan transaksi tunai ke non tunai yang semakin berkembang.
2. Lengkapnya fitur *e-wallet* tidak diimbangi dengan intensitas transaksi terhadap pengguna.
3. Inovasi yang belum optimal dalam beragam transaksi.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan agar terfokus pada pokok permasalahan beserta pembahasan yang ada, serta agar tidak terlalu luas cakupan yang akan dibahas dan keterbatasan waktu serta kemampuan penulis, maka fokus dalam penelitian ini tentang Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E- Wallet LinkAja* (Studi Kasus Kota Langsa).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Persepsi Potongan Harga terhadap Minat Pengguna Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja di Kota Langsa?
2. Bagaimana pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Pengguna Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja di Kota Langsa?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Fitur Layanan terhadap Minat Pengguna Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja di Kota Langsa?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Persepsi Potongan Harga Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja Di Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja Di Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja Di Kota Langsa.

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

Menjadi sumber ilmu untuk para akademisi dibidang sumber daya manusia ataupun yang lainnya. Terutama yang ingin mengetahui lebih

jauh tentang dampak pengaruh Persepsi Potongan Harga, dan Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja.

2. Bagi Praktisi

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan yang digunakan perusahaan untuk menentukan langkah yang diambil khususnya pada segi sumber daya manusia yang berhubungan pada Persepsi Potongan Harga, dan Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi yang akan digunakan oleh peneliti selanjutnya, sehingga akan menjadi alat bantu yang bermanfaat untuk menyelesaikan penelitian.

1.6 Penjelasan Istilah

1. Persepsi Potongan Harga

Persepsi potongan harga menurut Sutojo adalah pandangan masyarakat dengan melihat pengurangan harga dalam daftar harga.¹¹

2. Fitur Layanan

Fitur (*features*) layanan adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk.¹²

3. Minat Bertransaksi

¹¹ Sutojo, *Pengaruh potongan harga terhadap pembelian*, vol. 6, no. 2, (2014), hlm. 34, <https://ejournal3.undip.ac.id/>

¹² Andreas Levi Aladin DKK, *Strategi Pemasaran Dalam Perpektif Perilaku Konsumen*. (Bogor: IPB Press. 2018), hlm. 202.

Minat adalah suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa, atau merek tertentu.¹³

1.7 Sistematika Pembahasan

Penelitian disusun dalam 5 (lima) bab pembahasan sebagai acuan berpikir secara sistematis, adapun rancangan sistematika pembahasan skripsi ini sebagai berikut:

Bab I pendahuluan adalah bab yang terdiri dari latar belakang permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, dan sistematika penulisan.

Bab II landasan teori adalah bab berisi tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III metodologi penelitian adalah bab yang terdiri dari jenis dan sifat penelitian, lokasi dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable, teknik analisis data, uji asumsi klasik, analisis regresi, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan pada bab ini berisi tentang hasil dari penelitian dan juga pembahasan dari sebuah penelitian.

Bab V penutup bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

¹³ Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks. 2007*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum

Kota Langsa merupakan kota pesisir yang terletak di pesisir timur pulau Sumatera dan memiliki garis pantai sepanjang 16 km. Kota Langsa merupakan kota pemekaran Kabupaten Aceh Timur dan merupakan salah satu kota otonom termuda di Provinsi Aceh setelah Kota Sabang dan Kota Subulussalam. Wilayah Kota Langsa berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur di sebelah barat, utara dan selatan, Kabupaten Aceh Tamiang di sebelah timur dan selatan, dan Selat Malaka di sebelah utara. Kategori yang memegang peranan paling besar dalam pembentukan PDRB di Kota Langsa pada tahun 2021 adalah kategori Perdagangan besar dan eceran.

4.1.2 Sejarah Singkat Kota Langsa

Kota Langsa berasal dari pemekaran Kabupaten Aceh Timur. Berada kurang lebih 400 km dari Kota Banda Aceh, Ibukota Provinsi Aceh. Kota Langsa sebelumnya berstatus Kota Administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang Pembentukan Kota Administratif. Langsa kemudian ditetapkan statusnya menjadi Kota dengan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2001 tanggal 21 Juni 2001. Pada awal pembentukannya, Kota Langsa hanya terdiri dari 2 (dua) kecamatan yaitu Kecamatan Langsa Barat dan Langsa

Timur. Terjadi pemekaran wilayah administrasi di tahun 2002 menjadi 3 (tiga) kecamatan, Kecamatan Langsa Timur, Kecamatan Langsa Barat, dan Kecamatan Langsa Kota, yang terdiri dari 3 kelurahan dan 48 desa.

Pada Tahun 2007 berdasarkan Keputusan Walikota Langsa No. 5 terjadi pemekaran menjadi 5 (lima) kecamatan antara lain, Kecamatan Langsa Timur, Kecamatan Langsa Lama, Kecamatan Langsa Barat, Kecamatan Langsa Baro, dan Kecamatan Langsa Kota, dengan 51 desa. Kemudian sesuai dengan Qanun No. 4 Tahun 2010, terjadi lagi pemekaran desa di Kota Langsa, pembagian wilayah administrasi Kota Langsa menjadi 66 desa. Kecamatan Langsa Timur terdiri dari 16 desa. Kecamatan Langsa Lama terdiri dari 15 desa. Sedangkan, Kecamatan Langsa Barat terdiri dari 13 desa dan 12 desa berada di Kecamatan Langsa Baro serta 10 desa berada di Kecamatan Langsa Kota.

Jumlah wakil rakyat yang duduk pada lembaga legislatif, yaitu Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) sebanyak 25 orang, dengan 20 orang laki-laki dan 5 orang perempuan. Realisasi pendapatan APBD pada tahun anggaran 2021 meningkat menjadi Rp. 885,08 milyar, jika dibanding tahun sebelumnya yang berjumlah Rp. 804,89 milyar. Kontribusi PAD terhadap APBD tahun anggaran 2021 sebesar 12,11 persen. Hal ini menggambarkan peningkatan potensi kemampuan ekonomi daerah dalam membiayai pembangunannya. Peningkatan kontribusi PAD perlu dipacu lagi mengingat masih banyak potensi yang dapat digali.

4.1.3 Letak Geografis Wilayah Kota Langsa

Secara astronomis Kota Langsa terletak antara $04024'35,68''$ - $04033'47,03''$ Lintang Utara dan $97053'14,59''$ - $98004'42,16''$ Bujur Timur. Batas-batas wilayah Kota Langsa, sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur dan Selat Malaka, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Aceh Tamiang, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur dan Kabupaten Aceh Tamiang, dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Aceh Timur.

Gambar 4.1
Peta Kota Langsa



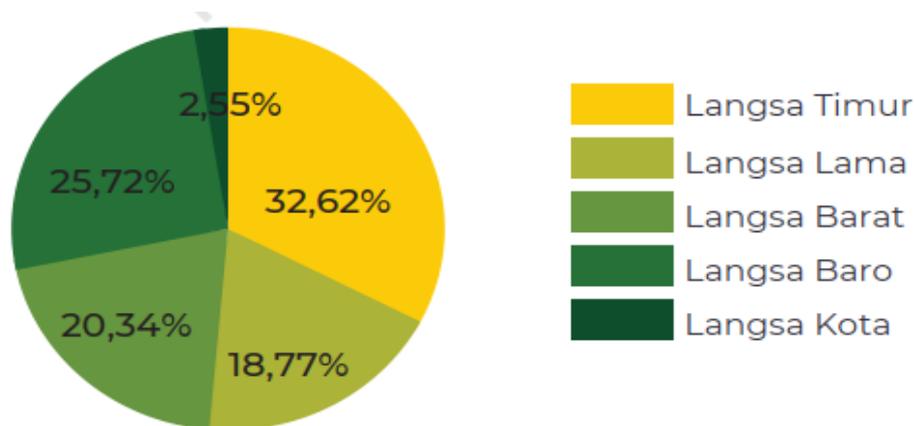
Sumber : BPS: Kota Langsa dalam angka 2022

Berdasarkan Gambar 4.1 di atas, Letak Kota Langsa yang berada di dua kabupaten yakni Kabupaten Aceh Timur dan Kabupaten Aceh Tamiang juga merupakan peluang yang perlu dimanfaatkan secara optimal agar dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi terbesar di wilayah pantai timur Aceh.

Peluang strategis dari keberadaan daerah di sekitarnya. memungkinkan kolaborasi lintas wilayah untuk pertumbuhan pariwisata serta perdagangan dan transaksi jasa. Oleh karena itu, upaya akan dilakukan untuk menciptakan infrastruktur dan fasilitas layanan pendukung untuk sektor perdagangan, jasa, dan pariwisata agar Kota Langsa menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan kota transit di pantai timur Aceh. Dengan demikian, peran Kota Langsa sebagai transit hub diharapkan dapat memberikan dampak positif ganda dalam mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi.

Kota Langsa terdiri dari 5 (lima) kecamatan sebagai berikut:

Gambar 4.2 Persentase Luas Wilayah Per Kecamatan



Sumber: BPS Kota Langsa, Kota Langsa dalam angka 2020

Dapat dilihat pada Gambar 4.2 bahwa urutan kecamatan terluas yaitu Langsa Timur, Langsa Baroe, Langsa Barat, Langsa Lama dan Langsa Kota. Potensi ini dan berpeluang sangat besar untuk mewujudkan arus perputaran orang, barang dan jasa melalui jalur laut, baik antar kecamatan di Kota Langsa.

Jumlah penduduk di tiap kabupaten/kota di Provinsi Aceh semakin bertambah dari tahun ke tahun. Berdasarkan hasil Sensus Penduduk Tahun 2021,

Kabupaten Aceh Utara masih merupakan wilayah dengan penduduk terbanyak. Kota Langsa menempati urutan ketiga belas jumlah penduduk terbanyak di antara dua puluh tiga kabupaten/kota lainnya di Provinsi Aceh dengan jumlah penduduk di Kota Langsa dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2020 juga ikut mengalami peningkatan fluktuatif. Pada tahun 2014 jumlah penduduk di Kota Langsa sebanyak 165.890 dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 176.811 jiwa dan tahun 2021 mencapai 188.878 Jiwa.

Aspek lain yang sering digunakan untuk perbandingan antar wilayah dalam bidang sosial adalah tingkat kemiskinan dan pembangunan manusia. Kedua aspek ini sering digunakan sebagai alat ukur keberhasilan pembangunan di suatu wilayah secara umum. Meskipun menunjukkan kecenderungan menurun dari tahun ke tahun, angka kemiskinan masih menjadi perhatian bagi pemerintah. Di Provinsi Aceh persentase penduduk miskin pada tahun 2021 adalah sebesar 15,33%, sedangkan Kota Langsa sebesar 10,96%. Kota Langsa merupakan wilayah dengan persentase penduduk miskin terendah kedua di Provinsi Aceh, meskipun demikian masih tetap dibutuhkan upaya dari pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan penduduknya.

4.1.4 Gambaran Umum LinkAja

LinkAja merupakan penyedia jasa pembayaran berbasis server yang merupakan produk andalan dari PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia. Sejak 21 Februari 2019, Finarya secara resmi telah mendapat lisensi/izin dari Bank Indonesia sebagai Perusahaan Penerbit Uang

Elektronik dan Penyelenggara Layanan Keuangan Digital Badan Hukum. Finarya juga telah menerapkan Sistem Manajemen Keamanan Informasi.

Finarya merupakan anak usaha dari 10 Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Sebagai anak usaha BUMN, Finarya juga terbuka untuk bersinergi dengan pihak swasta yang memiliki visi dan misi serupa. Di bulan Oktober 2020, Grab Pte.Ltd. resmi menjadi pemegang saham baru Finarya. Pada Maret 2021, PT Dompot Karya Anak Bangsa resmi terdaftar sebagai pemegang saham baru Finarya.

4.1.5 Visi Misi LinkAja

1. Tujuan

Mendorong inklusi keuangan dan inklusi ekonomi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

2. Visi

Menjadi platform keuangan digital pilihan bangsa (*National Champion*) yang unggul dan terpercaya.

3. Misi

Membangun ekosistem dan platform pembayaran serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat kelas menengah/aspiran serta UMKM di Indonesia.

4.1.6 Karakteristik Penelitian

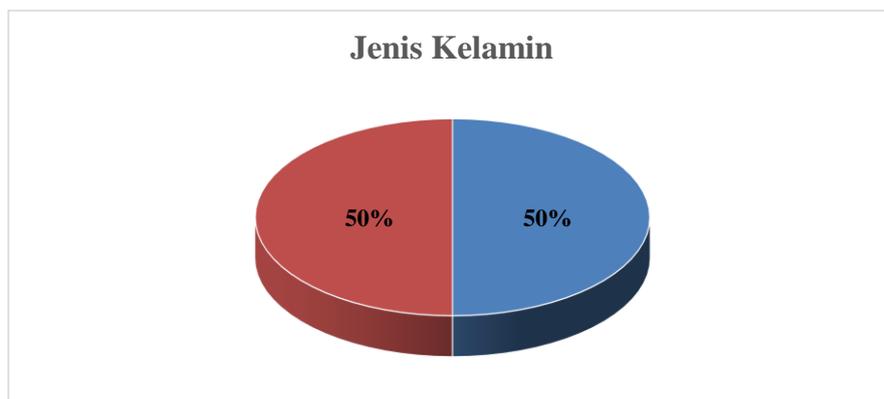
Pada penelitian ini, responden yang dilibatkan untuk memperoleh data penelitian adalah pengguna LinkAja yang menggunakan *e-commerce* minimal

sebanyak 5 (lima) kali. Jumlah pengguna LinkAja yang dijadikan responden sebanyak 100 orang. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan *google forms* sebagai media pengumpulan data, sampel didapat sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

Berdasarkan data yang terkumpul melalui kuesioner *google forms*, maka diketahui profil responden meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan dan pekerjaan. Adapun karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



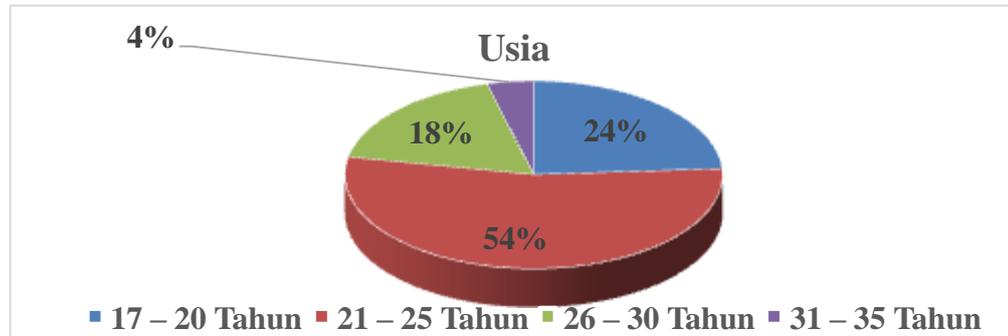
Sumber : Data primer diolah, 2022

Pada Gambar 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah persentase 50% (50 responden), kemudian jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 50 responden dengan persentase 50%. Hal ini berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner melalui *google form* yang dibagikan melalui kepada pengguna.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Gambar 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



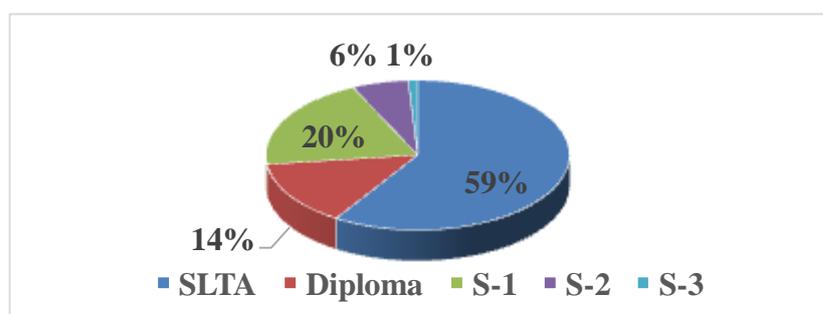
Sumber : Data primer diolah, 2022

Pada Gambar 4.4 dapat dilihat bahwa usia responden yang bervariasi dari usia 17 tahun hingga 35 tahun, usia responden didominasi oleh usia 21-25 tahun dengan persentase 54%, kemudian usia 17-20 tahun dengan persentase 24%, usia 26-30 tahun sebanyak 18%, usia 31-35 tahun sebanyak 4%.

3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Gambar 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Data primer diolah, 2022

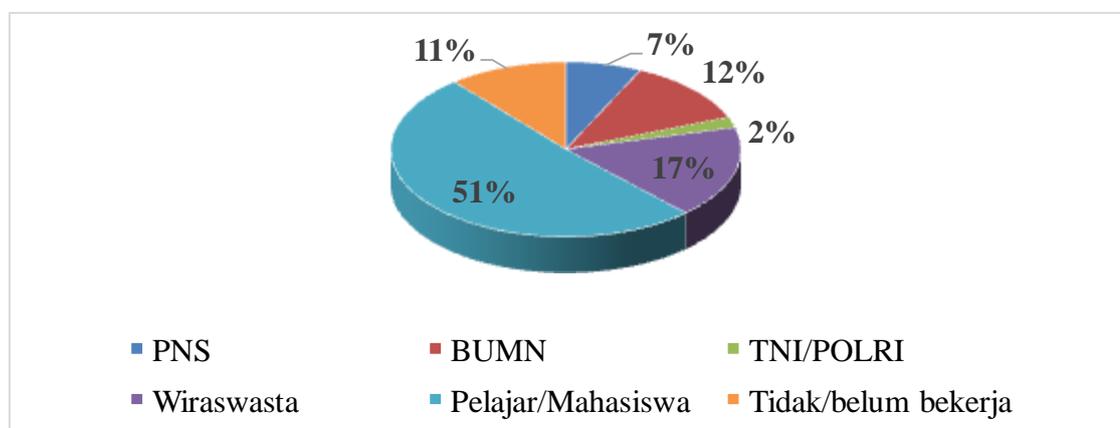
Berdasarkan Gambar 4.5 dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir didominasi oleh SMA/SLTA sederajat ada sebanyak 59

responden dengan persentase sebesar 59 persen, pendidikan terakhir Diploma sederajat sebanyak 14 responden dengan presentase 14 persen, pendidikan terakhir S1 sebanyak 20 responden dengan persentase sebesar 20 persen, pendidikan terakhir S2 sebanyak 6 responden dengan persentase sebesar 6 persen dan pendidikan terakhir S3 sebanyak 1 responden dengan presentase 1 persen.

4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



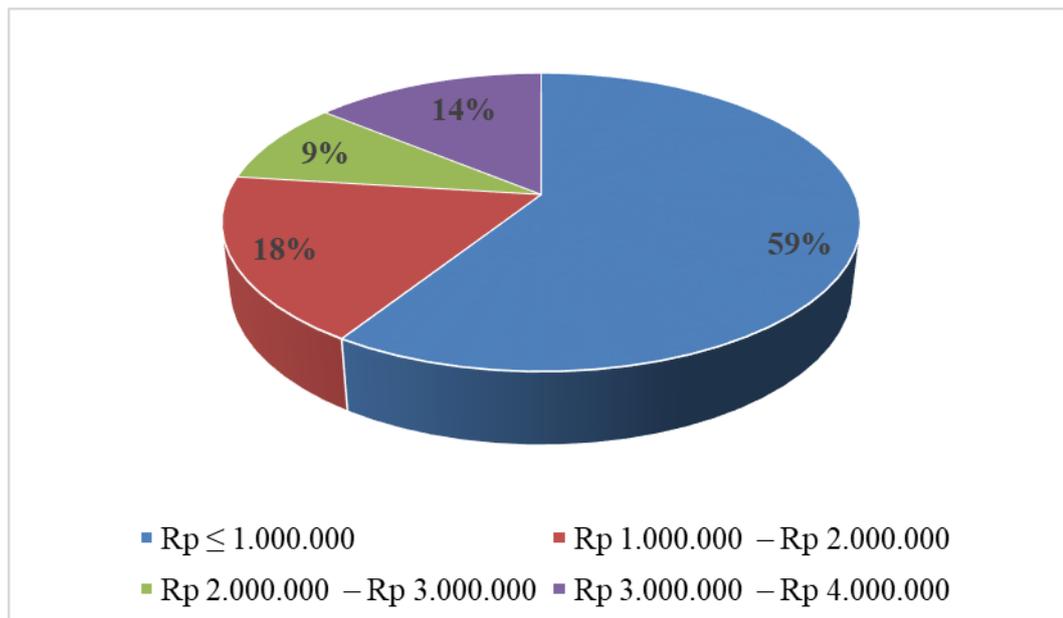
Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan status pelajar/mahasiswa berjumlah 51 responden dengan persentase sebesar 51 %, responden dengan status wiraswasta berjumlah 17 responden dengan persentase 17%, responden dengan status tidak bekerja berjumlah 11 responden dengan persentase 11%, responden dengan status PNS berjumlah 7 responden dengan dengan persentase 7%, responden dengan status BUMN berjumlah 12

responden dengan dengan persentase 12 %, dan responden dengan status TNI/POLRI berjumlah 2 responden dengan persentase sebesar 2%.

5. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Gambar 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan



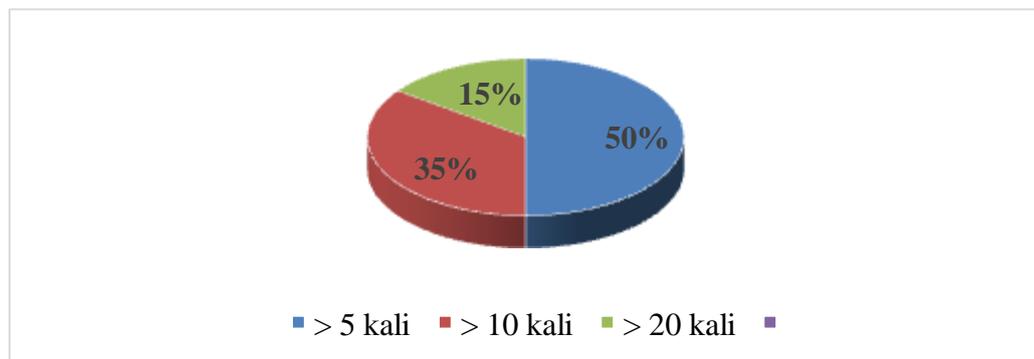
Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 4.7 dapat kita lihat bahwa jumlah responden yang terbanyak pada responden yang memiliki pendapatan yang <Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 59%, kemudian 18% responden memiliki pendapatan sebanyak Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, sebanyak 9 % pada pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000, dan sebanyak 14% pada pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000,

6. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Transaksi LinkAja

Gambar 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi LinkAja



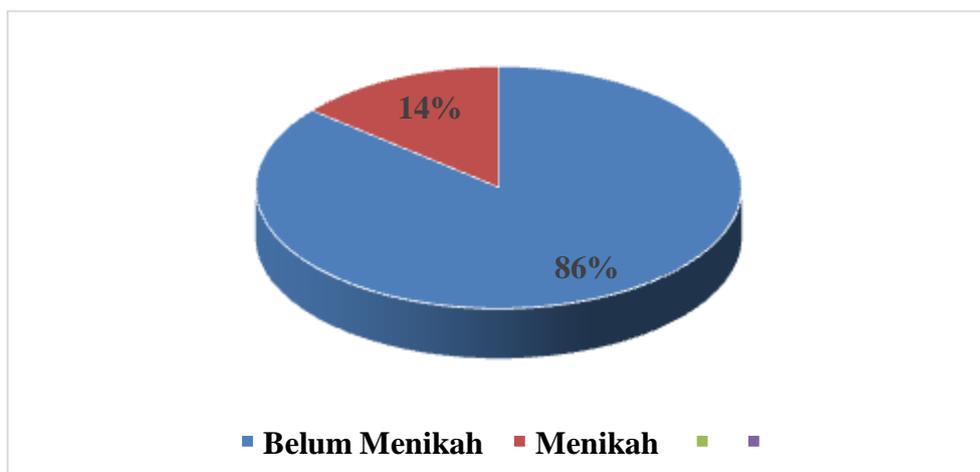
Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Gambar 4.8 diketahui bahwa responden melakukan transaksi via *e-commerce* terbanyak yaitu lebih dari 5 kali dengan persentase 50%, kemudian disusul jumlah penggunaan yang lebih dari 10 kali persentase 35 % dan 15 % dengan jumlah penggunaan lebih dari 20 kali.

7. Karakteristik Berdasarkan Responden Dalam Status Pernikahan

Gambar 4.9

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan



Sumber : Data primer diolah, 2022

Pada Gambar 4.9 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan status pernikahan adalah sebanyak 86 persen responden yang belum menikah dan sebanyak 14 persen responden yang telah menikah.

Dari data karakteristik responden di atas dapat dilihat bahwa pada tabel 4.1, pengguna LinkAja, laki-laki sebanyak 50 responden dan perempuan sebanyak 50 responden. Hal tersebut terjadi dikarenakan dalam memutuskan menggunakan LinkAja didasari banyak pertimbangan melalui beberapa persepsi, salah satunya yaitu memberikan potongan harga. Dalam hal ini LinkAja menawarkan berbagai macam fitur layanan yang sangat menarik dimulai dari macam-macam metode pembayaran seperti kartu kredit, Tranfer Bank, *e-money*, *P2P Lending*, hingga *paylater*, fitur layanan tersedia 24 jam hingga diskon, *voucher* setengah harga sampai kupon atau kode promo yang cukup besar yang tentunya sangat menarik bagi siapapun.

Selain itu pengguna LinkAja didominasi oleh rentang usia 17-30 tahun sebanyak 96 orang, dikarenakan LinkAja sangat digemari oleh generasi milenial maupun generasi Z. Selanjutnya pengguna LinkAja juga didominasi oleh responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 59 orang dan yang memiliki status pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 51 orang, hal ini dapat disimpulkan bahwa LinkAja memiliki karakteristik yang cocok untuk segala kalangan, baik yang minim pengetahuan atau bisa dikatakan bahwa LinkAja mempunyai interface atau daya tarik tersendiri di kalangan tertentu baik segi promo maupun lainnya.

Berdasarkan Gambar 4.7 pengguna LinkAja didominasi oleh pendapatan rata-rata di bawah Rp 1.000.000, hal ini menjelaskan bahwa LinkAja dapat digunakan dengan oleh responden yang terbilang pendapatan rendah, terbukti LinkAja menyediakan minimal topup sebesar Rp 10.000 dengan berbagai macam fitur baik bank konvensional dan bank syariah, kartu kredit, serta mitra LinkAja.

4.1.7 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dengan menggunakan *software* statistic SPSS, nilai validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari angka kritik ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka instrumen tersebut dikatakan valid.

Hasil Uji Validitas kuisioner pengetahuan konsumen, kemudahan dan fitur layanan terhadap keputusan penggunaan dijelaskan pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Uji Validitas

Variabel	No. Pertanyaan/ Pernyataan	r- Hitung	r- Tabel	Ket
Persepsi Potongan Harga (X ¹)	1/Saya lebih suka membeli produk dengan potongan harga	0,600	0.195	Valid
	2/Saya sangat tertarik dengan melihat potongan harga pada masa/event yang	0,719	0.195	Valid

	diadakan LinkAja			
	3/Aplikasi LinkAja selalu memberikan pengurangan harga yang berbeda-beda di setiap produk	0,738	0.195	Valid
Fitur Layanan (X^2)	1/Terdapat beragam fitur layanan dalam aplikasi <i>e-wallet</i> LinkAja	0,826	0.195	Valid
	2/Fitur layanan pada aplikasi <i>e-wallet</i> LinkAja cukup lengkap sesuai kebutuhan saya	0,889	0.195	Valid
	3/Fitur layanan <i>e-wallet</i> LinkAja dapat memenuhi hampir semua kebutuhan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan	0,881	0.195	Valid
	4/Biaya penggunaan <i>e-wallet</i> LinkAja sangat murah	0,810	0.195	Valid
Minat (Y)	1/Saya berminat	0,836	0.195	Valid

	menggunakan LinkAja karena proses bertransaksi memperoleh manfaat berupa proses pembayaran yang lebih cepat			
	2/Saya akan menyarankan penggunaan LinkAja atau bertransaksi menggunakan LinkAja kepada orang lain	0,890	0.195	Valid
	3/Saya berminat menggunakan <i>e-wallet</i> LinkAja karena informasi positif yang saya cari dan saya dapatkan dari orang lain	0,884	0.195	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2022 (Data Olah)

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa variabel persepsi potongan harga, fitur layanan dan minat dinyatakan valid untuk semua pernyataan berdasarkan kriteria bawa r hitung lebih besar dari r tabel (0.195).

4.1.8 Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.⁶¹

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan nilai Standar Alpha. Jika nilai alpha (α) lebih besar dari Standar Alpha, maka hasilnya adalah reliabel.⁶²

Tabel 4.2
Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Alpha	Hasil
Persepsi Potongan Harga (X^1)	0,765	0.60	Reliabel
Fitur Layanan (X^2)	0,830	0.60	Reliabel
Minat (Y)	0,853	0.60	Reliabel

Pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Persepsi Potongan Harga adalah sebesar 0,765 serta pada variabel Fitur Layanan adalah sebesar 0,830 dan pada variabel Minat adalah sebesar 0,853. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.60 (Standar Alpha). Maka kesimpulannya adalah seluruh instrumen variabel yang di uji tersebut dinyatakan reliabel atau terpercaya.

⁶¹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), hlm. 48.

⁶²*Ibid.*

4.1.9 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kita dapat melihat dari *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *plotting dataresidual* akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika data terdistribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis normalnya. Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:⁶³

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal

Tabel 4.3
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.41479304
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.080
	Positive	.052
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.110 ^c

a. Test distribution is Normal.

⁶³Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), hlm. 169.

- b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

Pada tabel 4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Sig. 0,110 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.⁶⁴

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Uji multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflation Factor/VIF*) dan nilai *tolerance*. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan $VIF > 10$.⁶⁵

Tabel 4.4
Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF
Pengetahuan Konsumen (X1)	0.905	1.105
Fitur Layanan (X3)	0.905	1.105

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel Persepsi Potongan Harga adalah sebesar 0.905 dan pada variabel Fitur Layanan adalah sebesar 0.905 yang masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0.10. Sementara itu, nilai VIF variabel Persepsi

⁶⁴*Ibid.*

⁶⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), hlm 95.

Potongan Harga (X1) Fitur Layanan (X2) masing-masing 1.105 yaitu lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat diartikan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi akan dikatakan baik apabila tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidak terjadinya heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*.

Dasar pengambilan keputusannya adalah: Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian tidak terjadi heterokedastisitas dan jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian terjadi heterokedastisitas.⁶⁶

Tabel 4.5
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.202	.816		1.473	.144
	PersepsiPotonganHarga	.045	.065	.073	.696	.488
	FiturLayanan	-.044	.029	-.160	-1.518	.132

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data yang diolah dari SPSS 25, 2022

⁶⁶ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), hlm. 171.

Berdasarkan tabel 4.5 tentang hasil uji heterokedastisitas di atas, diketahui bahwa nilai Sig. persepsi potongan harga sebesar 0,488 dan fitur layanan sebesar 0,132 yakni lebih besar dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heterokedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila $0 < d < dl$ berarti tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan ditolak.
2. Apabila $dl \leq d \leq du$ berarti tidak ada autokorelasi positif dengan keputusan No decision.
3. Apabila $4 - dl < d < 4$ berarti tidak ada korelasi negatif dengan keputusan ditolak.
4. Apabila $4 - du \leq d \leq 4 - dl$ berarti tidak ada korelasi negatif dengan keputusan No decision.
5. Apabila $du < d < 4 - du$ berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif dengan keputusan tidak ditolak.

Tabel 4.6

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.758 ^a	.574	.565	1.42930	2.086

a. Predictors: (Constant), FiturLayanan, PersepsiPotonganHarga

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.6 bahwa hasil olahan statistic yang dibantu program SPSS menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 2,086 Perbandingan dengan nilai signifikan 5%, jumlah sampel 100 (n) dan variabel independen 2 (k=2). Oleh karena nilai $du < d < 4 - du$ atau $1,715 < 2,086 < 2,285$, maka tidak ada autokorelasi positif atau negatif dengan keputusan tidak ditolak.

5. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linear antara dependen terhadap setiap variabel independen yang akan diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikan dari *deviation from linearity* yang dihasilkan dari uji linearitas (menggunakan bantuan SPSS) dengan nilai *alpha* yang digunakan. Jika nilai signifikan dari *deviation from linearity* $>$ *alpha* (0.05) maka nilai tersebut linear. Adapun hasil dari uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 4.7
Uji Linearitas Persepsi Potongan Harga

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat * PersepsiPotongan PotonganHarga	Between Groups	(Combined)	67.394	6	11.232	2.627	.021
		Linearity	33.278	1	33.278	7.783	.006
		Deviation from Linearity	34.115	5	6.823	1.596	.169
	Within Groups		397.646	93	4.276		
Total			465.040	99			

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 hasil pengujian data diatas diperoleh nilai signifikansi sebagai berikut: Nilai signifikansi antara variabel persepsi potongan harga (X1) terhadap variabel minat (Y) sebesar $0.169 > 0.05$. yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel persepsi potongan harga (X1) terhadap variabel minat (Y).

Tabel 4.8
Uji Linearitas Fitur Layanan

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Minat * FiturLayanan	Between Groups	(Combined)	292.076	13	22.467	11.171	.000
		Linearity	266.276	1	266.276	132.396	.000
		Deviation from Linearity	25.800	12	2.150	1.069	.396
	Within Groups		172.964	86	2.011		
	Total		465.040	99			

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 hasil pengujian data diatas diperoleh nilai signifikansi sebagai berikut: Nilai signifikansi antara variabel Fitur layanan (X2) terhadap variabel minat (Y) sebesar $0.396 > 0.05$. yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Fitur layanan (X2) terhadap variabel minat (Y).

4.1.10 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai

suatu variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.⁶⁷

Tabel 4.9
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.807	1.375		2.042	.044		
Persepsi Potongan Harga	.060	.110	.038	.543	.588	.905	1.105
FiturLayanan	.521	.049	.745	10.693	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.807 + 0.380 (X_1) + 0.745 (X_2)$$

Persamaan tersebut bermakna jika Persepsi Potongan Harga ditingkatkan 100% maka minat akan meningkat sebesar 0.380 atau 38%, dan jika fitur layanan ditingkatkan 100% maka minat akan meningkat 0.745 atau 74.5%.

4.1.11 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan bertujuan untuk menganalisis sebuah variabel bebas dengan sebuah variabel terikat secara individual, maka nilai yang digunakan untuk menguji hipotesisnya adalah “nilai t”, maka dapat dilihat nilai probabilitasnya.

⁶⁷ Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), hlm. 6-7.

Syarat pengambilan keputusannya adalah apabila nilai probabilitas \leq taraf signifikan sebesar 0.05 (Sig. \leq 0.05), maka H_0 ditolak.⁶⁸

Tabel 4.10

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.807	1.375		2.042	.044	
	PersepsiPotonganH arga	.060	.110	.038	.543	.588	.905
	FiturLayanan	.521	.049	.745	10.693	.000	.905

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Potongan Harga terhadap terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E- Wallet* LinkAja (Studi Kasus Kota Langsa).

H01: Persepsi Potongan Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E- Wallet* LinkAja (Studi Kasus Kota Langsa).

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa pengetahuan konsumen memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.543 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung $0.588 > 0.05$ probabilitas yang ditetapkan, berarti tidak berpengaruh positif Minat Bertransaksi Menggunakan *E- Wallet* LinkAja (Studi Kasus Kota Langsa).

⁶⁸ Mudjarad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 238

2. Pengaruh fitur layanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet LinkAja* (Studi Kasus Kota Langsa).

Ha2: Fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet LinkAja* (Studi Kasus Kota Langsa).

Dari hasil pengujian secara parsial bahwa fitur layanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 10.693 (positif) dan nilai probabilitas yang dihitung $0.000 < 0.05$ probabilitas yang ditetapkan, berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet LinkAja* (Studi Kasus Kota Langsa).

4.1.12 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (persepsi potongan harga dan fitur layanan) dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (minat). Syarat pengambilan keputusannya adalah apabila nilai $Sig. \leq 0.05$ maka H_0 ditolak, dan apabila $Sig. > 0.05$ maka H_0 diterima.⁶⁹

Tabel 4.11
Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	266.878	2	133.439	65.318	.000 ^b
	Residual	198.162	97	2.043		
	Total	465.040	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), FiturLayanan, PersepsiPotonganHarga

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

⁶⁹*Ibid*, hlm. 175.

Uji Statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji statistik F digunakan untuk memenuhi semua pengaruh variabel independen yang diuji pada tingkat signifikan 5%. Hasil uji koefisien signifikan simultan dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Nilai F hitung yang diperoleh 65.318 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,70 maka dapat diketahui nilai F hitung $65.318 > F \text{ tabel } 2,70$ dengan tingkat signifikan 0,000 karena tingkat signifikan $<$ dari 0,05, maka model regresi ini dapat dipakai untuk variabel Minat Bertransaksi Menggunakan *E- Wallet* LinkAja (Studi Kasus Kota Langsa).

Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak, variabel persepsi potongan harga dan fitur layanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E- Wallet* LinkAja (Studi Kasus Kota Langsa).

4.1.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat. dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Koefisien determinasi dilihat menggunakan R Square pada tabel Model Summary.⁷⁰

⁷⁰ Azuar Juliandi Dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), hlm. 174.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.758 ^a	.574	.565	1.42930	2.086

a. Predictors: (Constant), FiturLayanan, PersepsiPotonganHarga

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data yang di olah dari SPSS 25, 2022

Data di atas menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0.565 hal ini berarti bahwa variasi nilai minat dipengaruhi oleh peran dari variasi nilai persepsi potongan harga dan fitur layanan sebesar 56.5%, sementara 43.5% adalah kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Persepsi Potongan Harga Terhadap Minat Bertransaksi

Menggunakan *E-Wallet LinkAja*

Pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel Persepsi Potongan Harga tidak berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet LinkAja* di Kota Langsa. Besaran pengaruh langsung Persepsi Potongan Harga terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet LinkAja* di Kota Langsa adalah 0.543. Nilai signifikan untuk Persepsi Potongan Harga sebesar $0.588 > \alpha 0.05$, hasil penelitian menunjukkan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Potongan Harga tidak berpengaruh positif dan

signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja di Kota Langsa.

Minat bertransaksi tidak hanya ditentukan dari layanan, kinerja, dan keandalan saja, namun juga dapat dirasakan melalui pengalaman setelah melakukan pembelian dengan harga diskon, seperti yang dikatakan oleh Dewi dan Kusumawati, bahwa semakin banyak produk yang ditawarkan dengan potongan harga maka semakin tinggi pula rasa puas yang dirasakan oleh konsumen. Sedikitnya potongan harga yang diberikan membuat potongan harga tidak berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* Linkaja di Kota Langsa karena potongan harga yang ditawarkan sangat sedikit dan tidak semua produk mendapat potongan harga, potongan harga hanya berlaku untuk beberapa produk dan periode tertentu.

Selain itu, potongan harga di *E-Wallet* LinkAja juga tidak berlaku setiap hari tetapi hanya berlaku pada hari besar saja sehingga konsumennya tidak telalu memperhatikan potongan harga karena sebagian dari konsumen lebih memilih *e-wallet* lainnya seperti *DANA*, *OVO*, *GOPAY* dan lain sebagainya. Konsumen juga tidak masalah jika tidak mendapat potongan harga asalkan harga dan poin yang sudah didapatkan dari LinkAja selalu bisa dipakai atau tidak sering terjadi maintance.

Penelitian ini tidak selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dito Prayoga tahun 2020 berjudul Pengaruh Persepsi Potongan Harga Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan E-Money (Studi Penggunaan Aplikasi OVO Pada Mahasiswa IAIN Palopo), namun

penelitian ini selaras dengan Nur Halimah Tussakdiah, tahun 2021 yang berjudul Kualitas Pelayanan dan potongan harga terhadap kepuasan konsumen di Giant Extra Alay Samarinda, dalam hal ini dijelaskan bahwa Potongan Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena konsumen lebih mementingkan factor lainnya seperti aksesibilitas dan layanan.⁷¹

4.2.2 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja.

Pernyataan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja di Kota Langsa. Besaran pengaruh langsung fitur layanan terhadap Minat Bertransaksi adalah 10.693. Nilai signifikan untuk fitur layanan sebesar $0.000 < \alpha < 0.05$, hasil penelitian menunjukkan H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur layanan positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja di Kota Langsa.

Fitur layanan merupakan visi pemenuhan kebutuhan dengan menggunakan elemen-elemen yang ada, dan dalam hal ini adalah mengenai fitur layanan alat pembayaran non tunai yang dikeluarkan oleh lembaga bank maupun nonbank dan penyedia *e-payment* yang ada di Indonesia. Fitur layanan yang diberikan oleh perusahaan, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan

⁷¹ Putri Listia, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Dan Sikap Terhadap Perilaku Penggunaan Uang Elektronik Pada Kepala Keluarga Perkotaan Dan Pedesaan*. (Bogor: IPB, 2018), hlm. 54.

layanan yang baik karena fitur layanan memiliki hubungan yang erat dengan minat.

Berdasarkan karakteristik responden yang mayoritas tingkat pendapatan < Rp 1.000.000, presentase terbanyak pekerjaannya yakni pelajar/mahasiswa, menunjukkan bahwa kepercayaan responden terhadap LinkAja termasuk tinggi melalui interpretasi indikator kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, kelengkapan fasilitas transaksi, keamanan fasilitas yang tersedia dan biaya penggunaan fasilitas.

Berdasarkan pengamatan fitur layanan pada LinkAja menyimpulkan bahwa product LinkAja yang memiliki keberagaman fitur di antaranya telekomunikasi, beli/bayar tagihan, transportasi, kartu uang elektronik, keuangan, travel dan hiburan, dana social, dan lainnya. Biaya penggunaan dengan metode top up yang bervariasi meliputi transfer bank, bank syariah, kartu debit, GraPARI, merchant dan mitra LinkAja.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ilham Octaviansyah tahun 2019 yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking” menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.⁷² Adanya fitur layanan akan mendorong keputusan penggunaan internet banking. Selain itu, fitur layanan juga dapat mendorong konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan produk maupun jasa.

⁷² Ilham Octaviansyah, *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Study Kasus Nasabah Bank BCA)*. (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah: Manajemen. 2019), hlm. 101.

Serta sejalan dengan penelitian Ikasari tahun 2019 yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Manfaat Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan Dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E- Money, Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Money Flazz BCA Di Bank BCA Syariah Semarang). masyarakat akan cenderung menggunakan *e-money*, dengan adanya kelengkapan fitur-fitur yang disediakan untuk mendukung segala aktivitas. Artinya masyarakat akan semakin minat bertransaksi menggunakan *e-money* dengan adanya kelengkapan fitur yang tersedia

4.2.3 Pengaruh Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *E-Wallet* LinkAja.

Berdasarkan hasil uji F, nilai yang diperoleh 65.318 sedangkan nilai F tabel 2,70 maka dapat diketahui nilai F hitung $65.318 > F$ tabel 2,70 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Bertransaksi menggunakan *E-Wallet* LinkAja studi kasus di Kota Langsa.

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan *E-Wallet* LinkAja. Nilai signifikan sebesar $0.000 < \alpha 0.05$, hasil penelitian menunjukkan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi menggunakan *E-Wallet* LinkAja.

Hal ini dapat membuktikan bahwa Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap Minat Bertransaksi menggunakan *E-Wallet* LinkAja. Maka sebab itu pihak LinkAja diharapkan dapat selalu meng-*update* fitur aplikasi/*web* yang dibutuhkan *costumer*, dengan adanya penyempurnaan tersebut akan mengarahkan *costumer* nya secara impulsif untuk berbelanja dan menggunakan LinkAja dalam transaksi sehari-hari.

Hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.574 yang menunjukkan bahwa kontribusi Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan menjelaskan variasi nilai variabel minat transaksi adalah sebesar 57.4%. Sehingga sisanya 42.6% dipengaruhi oleh kontribusi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil perhitungan yang didapatkan besaran pengaruh langsung Persepsi Potongan Harga terhadap Minat Bertransaksi sebesar 0.543 (Positif) dan nilai signifikan $0.588 < 0,05$. Maka dapat dikatakan hasil penelitian menunjukkan H_0 diterima, yang menyatakan Persepsi Potongan Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E- Wallet LinkAja di Kota Langsa.
2. Dari hasil perhitungan yang didapatkan besaran pengaruh langsung fitur layanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E- Wallet LinkAja di Kota Langsa sebesar 10.693 (Positif) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan ada pengaruh antara fitur layanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E- Wallet LinkAja di Kota Langsa. Bahwa hipotesis H_{a2} diterima, yang menyatakan fitur layanan positif dan signifikan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E- Wallet Linkaja di Kota Langsa.
3. Dari hasil perhitungan Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan dengan nilai signifikan 0,000 yang menunjukkan angka dibawah 0,05 berpengaruh secara simultan terhadap Minat Transaksi LinkAja studi kasus di Kota

Langsa. Bahwa hipotesis H_{a3} diterima yang menyatakan Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Transaksi LinkAja. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.574 atau 57.4%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 57.4% minat transaksi dipengaruhi oleh Persepsi Potongan Harga dan Fitur Layanan, sedangkan sisanya 42.6% dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Adapun saran yang ingin peneliti sampaikan ialah:

1. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dapat melakukan penelitian dengan variabel-variabel selain variabel yang telah diteliti ini guna memperoleh hasil yang lebih beragam yang bisa mempengaruhi minat transaksi atau menggunakan variabel dependen lainnya seperti kepuasan konsumen, menambah jumlah sampel serta meluaskan ruang lingkup penelitian selanjutnya.

2. Bagi pihak LinkAja

Diharapkan dapat melakukan peningkatan-peningkatan dalam penjualan terutama dalam memberikan promo-promo, perbaikan system dan memperbanyak fitur layanannya kepada konsumen agar konsumen lebih loyal yang diberikan di LinkAja, serta meningkatkan hal-hal yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam berlangganan.