

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK OVO  
(STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**ONGKI SAPUTRA  
NPM 0617 3060 0499**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2020**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK OVO  
(STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**ONGKI SAPUTRA  
NPM 0617 3060 0499**

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2020

**Pembimbing I**

**Yusleli Herawati, S.E., M.M.  
NIP 196005071988112001**

**Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum. Res.M.  
NIP 196008061989101001**

**Pembimbing II**

Mengetahui,  
**Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Heri Setiawan, S.E., M.AB  
NIP 197602222002121001**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**



Jalan Sriwijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website: [www.polisriwijaya.ac.id](http://www.polisriwijaya.ac.id) E-mail: [info@polsri.ac.id](mailto:info@polsri.ac.id)



**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ongki Saputra

NIM : 061730600499

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Elektronik OVO (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan Akhir yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik Orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Ongki Saputra  
NPM 061730600499

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ongki Saputra

NPM : 061730600499

Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Elektronik OVO (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Dan dinyatakan LULUS

Pada hari: Kamis

Tanggal: 1 Oktober 2020

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Yusleli Herawati, S.E., M.M</u> Ketua Penguji		<u>1/10/2020</u>
2.	<u>Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum. Res.M</u> Anggota		<u>1/10/2020</u>
3.	<u>Fetty Mareta, S.E.,M.M</u> Anggota		<u>1/10/2020</u>

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya....” (Q.S. Al-Baqarah: 286)*

*Yakinlah dengan takdir yang kamu jalani, semuanya terjadi karena suatu alasan dan percayalah bahwa itu adalah yang terbaik untukmu. Nikmati prosesnya. ~ Ongki Saputra*

### **Kupersembahkan Kepada:**

- *Kedua orang tua tercinta*
- *Adikku tersayang*
- *Keluarga serta sahabat-sahabat terbaikku*
- *Teman-teman kelas 6 NC 2020*
- *Dosen Pembimbing*
- *Keluarga Besar Bidikmisi*
- *Almamater*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena rahmat dan karunia-nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Laporan Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Elektronik OVO (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)”. Promosi penjualan yang dilakukan oleh pihak OVO terdiri dari berbagai jenis yang diantaranya yaitu kupon, sampel, program loyalitas, tampilan titik pembelian, dan potongan harga. Promosi penjualan yang telah dilakukan tentunya bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen atau pengguna dari pembayaran elektronik OVO, yang salah satunya yaitu para mahasiswa. Sehingga disini penulis ingin mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengguankan pembayaran elektronik OVO.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap agar Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Agustus 2020

Penulis

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan, dan saran serta do'a dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Yusleli Herawati, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan bimbingan baik secara *online* maupun *offline* selama penulisan Laporan Akhir ini.
6. Bapak Dr. A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M. Hum., Res.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan bimbingan baik secara *online* maupun *offline* selama penulisan Laporan Akhir ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dalam penulisan Laporan Akhir ini.
8. Para responden yang telah membantu dalam proses pengambilan data untuk penulisan Laporan Akhir ini.
9. Orang tua, adik dan keluarga tercinta yang telah memberikan do'a, motivasi dan kebutuhan baik materi maupun non materi hingga laporan akhir ini dapat terselesaikan.

10. Sahabat-sahabatku dan teman-teman seperjuangan, khusus nya kelas 6 NC yang telah membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan-Nya. Aamiin.

Palembang, Agustus 2020

Penulis

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PEMBAYARAN ELEKTRONIK OVO (STUDI KASUS MAHASISWA JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**

Oleh:  
Ongki Saputra

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan yang terdiri dari kupon, sampel, program loyalitas, tampilan titik pembelian, dan potongan harga terhadap keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya baik secara parsial ataupun simultan dan untuk mengetahui variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dengan cara menyebarluaskan kuesioner secara *online* melalui google *forms* kepada 154 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu mahasiswa Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah menggunakan pembayaran elektronik OVO. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kupon memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO sebesar 21 persen, sampel memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO sebesar 40,4 persen, program loyalitas memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO sebesar 15,1 persen, tampilan titik pembelian memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO sebesar 53,7 persen, potongan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO sebesar 35,2 persen. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO adalah tampilan titik pembelian.

*Kata kunci:* *Promosi penjualan, kupon, sampel, program loyalitas, tampilan titik pembelian, potongan harga, keputusan menggunakan pembayaran elektronik OVO.*

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF SALES PROMOTION ON DECISIONS USING OVO ELECTRONIC PAYMENTS (CASE STUDY OF BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS AT STATE POLYTECHNIC OF SRIWIJAYA)**

By:  
Ongki Saputra

This study aims to determine the effect of sales promotions consisting of coupons, samples, loyalty programs, point of purchase displays, and price discounts on the decision to use OVO electronic payments to Business Administration students at State Polytechnic of Sriwijaya either partially or simultaneously and to find out the variables that possess the most dominant influence. This research method uses a quantitative approach. Data were collected by distributing questionnaires online through google forms to 154 respondents. The sampling technique used purposive sampling, with the criteria being Business Administration students at State Polytechnic of Sriwijaya who had used OVO electronic payments. Data analysis using descriptive analysis and multiple linear regression with the help of SPSS application version 22. The results showed that the coupon variable has an influence on decisions using OVO electronic payments by 21 percent, the sample has an influence on decisions using OVO electronic payments by 40.4 percent, the program loyalty has an influence on decisions using OVO electronic payments by 15.1 percent, display point of purchase has an influence on decisions using OVO electronic payments by 53.7 percent, discounted prices have an influence on decisions using electronic OVO payments by 35.2 percent. The most dominant variable influencing decisions using OVO electronic payments is the point of purchase display.

*Keywords:* Sales promotion, coupons, samples, loyalty programs, point of purchase display, price discounts, decisions using OVO electronic payments.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.4.2 Manfaat Penlitian .....	6
1.5 Metodologi Penelitian .....	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	8
1.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	8
1.5.4 Populasi dan Sampel .....	9
a. Populasi .....	9
b. Sampel .....	11
1.5.5 Variabel Penelitian .....	12

1.5.6 Analisis Data .....	13
a. Data Kualitatif .....	13
b. Data Kuantitatif .....	13
1. Uji Validitas .....	13
2. Uji Reliabilitas .....	14
3. Uji t (Uji Parsial) .....	14
4. Uji F (Uji Simultan) .....	16
5. Regresi Linier Berganda .....	17

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Promosi .....	18
2.1.1 Pengertian Promosi .....	18
2.1.2 Tujuan Promosi .....	18
2.2 Bauran Promosi .....	19
2.2.1 Pengertian Bauran Promosi .....	19
2.2.2 Elemen-Elemen Bauran Promosi .....	19
2.3 Promosi Penjualan .....	21
2.3.1 Pengertian Promosi Penjualan .....	21
2.3.2 Jenis-Jenis Promosi Penjualan .....	21
2.3.3 Peran Promosi Penjualan .....	22
2.4 Keputusan Pembelian .....	23
2.4.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	23
2.4.2 Pihak-Pihak dalam Keputusan Pembelian .....	23
2.5 Pembayaran Elektronik .....	24
2.5.1 Pengertian Pembayaran Elektronik .....	24
2.5.2 <i>E-Money</i> .....	24
2.5.3 Manfaat <i>E-Money</i> .....	25
2.6 Teori Stimulus-Respon (S-R) .....	26

## **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	27
3.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	29
3.2.1 Visi Perusahaan .....	29
3.2.2 Misi Perusahaan .....	29
3.3 Struktur Organisasi .....	30
3.4 Kegiatan Promosi Penjualan OVO .....	31
3.5 Profil Responden .....	34
3.5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
3.5.2 Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Semester ...	35
3.5.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Umur .....	35

3.6 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden .....	36
3.6.1 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi Penjualan .....	36
3.6.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	39

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	41
4.1.1 Uji Validitas .....	41
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	46
4.2 Uji Hipotesis .....	47
4.2.1 Uji t (Uji Secara Parsial) .....	47
4.2.2 Uji F (Uji Secara Simultan) .....	53
4.2.3 Koefisien Determinasi .....	55
4.3 Regersi Linier Berganda .....	56
4.4 Pembahasan .....	58
4.4.1 Pengaruh Promosi Penjualan (kupon, sampel, program loyalitas, tampilan titik pembelian, dan potongan harga) terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Elektronik OVO secara Parisal .....	58
4.4.2 Pengaruh Promosi Penjualan (kupon, sampel, program loyalitas, tampilan titik pembelian, dan potongan harga) terhadap Keputusan Menggunakan Pembayaran Elektronik OVO secara Simultan .....	62
4.4.3 Variabel Independen Yang Paling Dominan .....	65

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran .....	68

#### **DAFTAR PUSTAKA .....** 70

#### **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Administrasi Bisnis yang Pernah Menggunakan Pembayaran Elektronik OVO .....	10
Tabel 1.2 Skala Likert .....	13
Tabel 2.1 Alat Bauran Komunikasi Pemasaran Terintegrasi .....	20
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Tingkatan Semester .....	35
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Tingkatan Umur .....	35
Tabel 3.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan .....	36
Tabel 3.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan .....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.4 Uji t (Parsial) .....	47
Tabel 4.5 Uji Statistik F .....	53
Tabel 4.6 Koefisien Determinasi ( <i>Model Summary</i> ) .....	55
Tabel 4.7 Regresi Linier Berganda ( <i>Coefficient</i> ) .....	56

## **DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Peluncuran Mobile Payment .....	2
Gambar 1.2 Aplikasi Pembayaran Elektronik Favorit .....	2
Gambar 1.3 Penggunaan Pembayaran Digital .....	5
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran .....	12
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	23
Gambar 3.1 Struktur Organisasi <i>Board of Director &amp; Head Of Business Unit</i> .....	30
Gambar 3.2 Promosi Penjualan (Kupon) .....	31
Gambar 3.3 Promosi Penjualan (Sampel) .....	32
Gambar 3.4 Promosi Penjualan (Program Loyalitas) .....	32
Gambar 3.5 Promosi Penjualan (Tampilan Titik Pembelian) .....	33
Gambar 3.6 Promosi Penjualan (Potongan Harga) .....	33

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
- Lampiran 2 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
- Lampiran 5 Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 6 Tanda Persetujuan Laporan Akhir
- Lampiran 7 Data Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis
- Lampiran 8 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 9 Hasil Rekapitulasi Identitas Responden
- Lampiran 10 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 11 Hasil Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data
- Lampiran 13 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 14 r-tabel, t-tabel, dan f-tabel