



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *SOCIAL MEDIA*  
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TABUNGAN  
BANK JENIUS**

**Disusun oleh:  
MARISHA NABILA MALAU  
NIM. (1904421023)**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN TERAPAN  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JULI 2023**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *SOCIAL MEDIA*  
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TABUNGAN  
BANK JENIUS**

Diajukan Sebagai Salah Satu untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan pada  
Program Studi Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri  
Jakarta

**Disusun oleh:  
MARISHA NABILA MALAU  
NIM. (1904421023)**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN TERAPAN  
JURUSAN AKUNTANSI  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JULI 2023**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Skripsi Terapan ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Marisha Nabila Malau

NIM : 1904421023

Tanda tangan :



Tanggal : 17 Juli 2023

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Marisha Nabila Malau

NIM : 1904421023

Program Studi : D4 - Keuangan dan Perbankan Terapan

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan *Social Media Marketing*  
Terhadap Keputusan Pengguna Tabungan Bank Jenius

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Terapan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Dr.Dra. R. Elly Mirati, S.E., M.M. (

Dr. Dra. R. Elly Mirati, M.M.  
NIP. 196112221989102001

Anggota Penguji : Yenni Nuraeni, S.E., M.M. (

)

### DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 17 Juli 2023

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA  
Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.  
NIP. 196404151990032002

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Marisha Nabila Malau  
Nomor Induk MAhasiswa : 1904421023  
Jurusan/Program Studi : D4- Keuangan Dan Perbankan Terapan  
Judul : Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius

Disetujui oleh:  
Pembimbing

Yenni Nuraeni, S.E., M.M.  
196104061987032003

Ketua Program Studi D4 – Keuangan Dan Perbankan

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Heri Abrianto, S.E., M.M.  
196112221989102001

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan yang berjudul “**Analisi Pengaruh Persepsi Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius**”. Dalam penyusunan skripsi terapan ini, penulis mendapatkan dukungan dan motivasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama proses menyelesaikan penyusunan skripsi terapan ini. Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing.HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Yenni Nuraeni, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Administrasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.
6. Papa dan Mama selaku orang tua penulis dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besar penulis yang sudah sangat kooperatif dan memberi semangat.
11. Teman perkuliahan penulis Anggi, Nabila, Dania, Shofwa, Najmi, Dhea, dan Annisah yang sudah mau membantu penulis untuk penyusunan skripsi ini dan memberi masukan.
12. Sahabat terdekat penulis yaitu Septi, Niken, Yohana, Detry, Gemalangi, Kartika, Vonita, Aliyah, Pinky, Sulistia, dan Eka yang selalu menjadi penyemangat, saling membantu satu sama lain, teman belajar jika ingin

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menghadapi ujian, teman tertawa, teman cerita disaat penat dan yang terpenting yaitu teman yang saling mendukung satu sama lain.

13. Teman-teman sekelas penulis yaitu BKT 8A yang telah saling membantu selama perkuliahan.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulis masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila ada kekurangan dan kesalahan. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga penulisan ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Depok, 17 Juli 2023

Marisha Nabila Malau  
NIM. 1904421023

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marisha Nabila Malau  
NIM : 1904421023  
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Terapan  
Jurusan : Akuntansi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius”**. Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada Tanggal : 17 Juli 2023

Yang menyatakan,

Marisha Nabila Malai  
NIM. 1904421023





**“Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius”**

**ABSTRAK**

Bank Jenius merupakan bank digital pertama di Indonesia. Dengan perkembangan yang semakin bertambah, Bank Jenius melakukan perubahan kebijakan pada harga dan *social media marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga dan *social media marketing* terhadap keputusan penggunaan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan data primer. Untuk pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel minimal 100 responden. Teknik analisis ini menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian yaitu persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan, *social media marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan, dan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa persepsi harga dan *social media marketing* secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya sebagai bahan pertimbangan dan memberikan informasi.

Kata kunci: Persepsi Harga, Pemasaran Pada Media Sosial, Keputusan Penggunaan

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



*“Analysis of the Effect of Price Perception and Social Media Marketing on Bank Jenius Savings Customer Decisions”*

**ABSTRACT**

*Bank Jenius is the first digital bank in Indonesia. With increasing developments, Bank Jenius has made policy changes on prices and promotions. This study aims to test and analyze the influence of price perception and social media marketing on usage decisions. This study used quantitative research with primary data. For sampling using purposive sampling with a minimum sample of 100 respondents. This analysis technique uses SPSS version 26. The results of the study were that price perception had a positive effect on use decisions, social media had a positive effect on use decisions, and multiple linear regression tests showed that price perception and promotion had a positive effect on use decisions. The results of the research are expected to be useful for further research as a consideration and provide information.*

*Keywords: Price Perception, Social Media Marketing, Customer Decision*

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1. 1 Latar Belakang .....	1
1. 2 Rumusan Masalah.....	7
1. 3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1. 4 Tujuan Penelitian .....	10
1. 2 Manfaat Penelitian .....	10
1. 3 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 <i>Marketing Mix</i> .....	13
2.1.2 Persepsi Harga.....	14
2.1.3 Promosi .....	18
2.1.3.1 Periklanan.....	19
2.1.4 Keputusan Penggunaan.....	23
2.1.5 Bank Jenius .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian .....	32
2.4.1 Persepsi Harga.....	32
2.4.2 <i>Social Media Marketing</i> .....	33
2.4.3 Persepsi Harga Dan <i>Social Media Marketing</i> .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	34

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. 1	Jenis Penelitian.....	34
3. 2	Objek Penelitian.....	34
3. 3	Metode Pengambilan Sampel .....	34
3. 4	Jenis Dan Sumber Penelitian .....	35
3. 5	Metode Pengumpulan Data.....	35
3. 6	Definisi Operasional Variabel.....	35
3. 7	Metode Analisis Data.....	36
3.7.1	Uji Instrumentasi .....	37
1.	Uji Validitas .....	37
2.	Uji Reliabilitas .....	37
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	37
1.	Uji Normalitas.....	37
2.	Uji Multikolinearitas .....	38
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	38
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
3.7.4	Uji Hipotesis .....	39
1.	Uji T (Parsial).....	39
2.	Uji F (Simultan) .....	39
3.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>41</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	41
4.1.1	Gambaran Umum Responden .....	41
1.	Kategori Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
2.	Kategori Berdasarkan Usia .....	42
3.	Kategori Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.	Kategori Berdasarkan Domisili.....	45
4.1.2	Hasil Uji Instrumen .....	46
1.	Hasil Uji Validitas.....	46
2.	Hasil Uji Reabilitas .....	47
4.1.3	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	47
1.	Hasil Uji Normalitas .....	47
2.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
3.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	50
4.1.5	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
4.1.6	Hasil Uji Hipotesis .....	52
1.	Hasil Uji T.....	52



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.	Hasil Uji F.....	53
3.	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	54
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian .....	55
4.2.1	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius .....	55
4.2.2	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius .....	56
4.2.3	Pengaruh Persepsi Harga Dan <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius .....	56
<b>BAB VI PENUTUP</b> .....		57
5.1	Kesimpulan .....	57
5.2	Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		59
<b>LAMPIRAN</b> .....		61



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Biaya Admin Pada Bank Digital .....	2
Tabel 1. 2 Harga yang ditawarkan oleh Jenius .....	27
Tabel 1. 3 Level pada Bank Jenius.....	28
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validasi Bank Jenius .....	46
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas .....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas .....	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Glejser .....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji T ( Parsial) .....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji F (Simultan).....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	54

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Menggunakan Bank Digital .....	2
Gambar 1. 2 Instagram Jenius .....	4
Gambar 1. 3 Promo Bank Digital Terfavorit .....	5
Gambar 1. 4 Pengguna Bank Jenius Pada 2016 – 2023 .....	6
Gambar 1. 5 Promosi Jenius Pada Instagram .....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Landasan Teori .....	12
Gambar 2. 2 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pengguna .....	24
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	42
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Domisili .....	45
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas .....	48
Gambar 4. 6 Histogram Hasil Uji Normalitas .....	48
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	50

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	68
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas.....	76
Lampiran 4 Uji Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	78
Lampiran 5 Histogram Uji Normalitas .....	79
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	79
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Lampiran 8 Hasil Scatter Plot .....	81
Lampiran 9 Hasil Uji Glajser.....	81
Lampiran 10 Uji Regresi Linier Berganda.....	81
Lampiran 11 Hasil Uji T (Parsial).....	82
Lampiran 12 Hasil Uji F (Simultan).....	82
Lampiran 13 Hasil Koefisien Determinasi.....	82





## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Melihat pada kondisi perbankan yang ada saat ini ternyata perkembangannya sangat pesat, terutama pada penggunaan teknologi informasi dalam bersaing. Penggunaan teknologi informasi dalam bertransaksi menjadi hal penting bagi pelanggan. Fenomena, kesadaran pelanggan akan pilihan ekonominya sangat menarik. Menariknya adalah ada pergeseran perilaku terhadap konsep pelayanan perbankan. Oleh karena itu, manajemen perbankan dituntut untuk melakukan perubahan-perubahan manajerial dalam aplikasi strategi bersaing yang sesuai dengan karakteristik konsumen yang dituju (AB, 2015). Hal itu yang dilakukan oleh Bank Tabungan Pensiun Negara (BTPN) yang mengubah kegiatan jasanya dengan merancang aplikasi Jenius dimana akan membantu masyarakat untuk mengatur keuangannya secara mudah, cerdas, aman, dan cepat atau produk *Banking Reinvented*. Jenius merupakan pelopor pertama bank digital di Indonesia dengan proses pendaftaran dan pembukaan rekening yang dilakukan secara *online* menggunakan *smartphone* dan memperkenalkan inovasi *\$Cashtag*. Wulandari (2020) menyatakan bahwa Jenius ditujukan bagi masyarakat dengan keadaan taraf ekonomi menengah ke atas dan bergaya hidup digital savvy dan peduli terhadap alur keuangan. Hadirnya Jenius tersebut diharapkan dapat membuat semua orang dapat mengaplikasikan *financial management tool* yang mudah dan cepat. Inovasi yang dihadirkan Jenius kemudian menarik perhatian banyak orang terutama kaum millennial dan Gen Z sesuai dengan target pasar Jenius. Hal tersebut juga pada akhirnya membuat Jenius menjadi produk digital perbankan praktis yang selalu hinggap di pikiran masyarakat.

Berdasarkan data riset Telkomsel DigiAds pada Juli 2022 alasan seseorang menggunakan bank digital adalah kemudahan pendaftaran yang ditawarkan, sepenuhnya secara digital, fleksibel, gratis biaya, dan fiturnya keren. Hal tersebut sangat membantu penuh pada saat Covid-19 dimana adanya pembatasan ruang gerak pada masyarakat. Namun dengan maraknya trend bank, bank bank digital harus melakukan suatu pembeda dari bank itu sendiri terhadap yang lainnya.

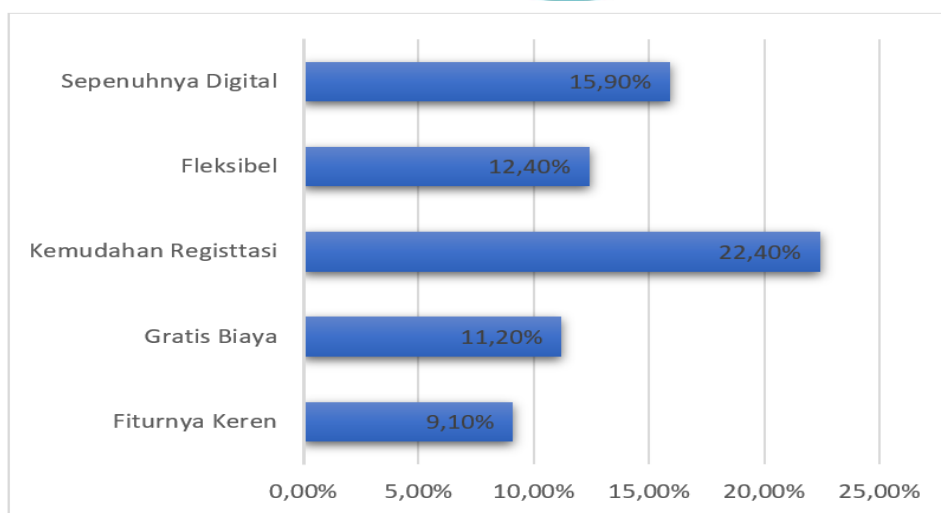
#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 Alasan Menggunakan Bank Digital

Sumber: Telkomsel DigiAds

Pada awal kemunculan Bank Jenius menawarkan bebasnya biaya administrasi dan biaya transfer. Hal itu berlangsung sampai 2021. Namun sangat disayangkan Jenius dengan klaim bahwa bebas biaya admin dan transfer pada Januari 2021 melakukan perubahan kebijakan yaitu dengan memberikan biaya admin dan keterbatasan transfer. Pada 12 November 2020 Bank Jenius melakukan perubahan kebijakan yaitu *feasible* Jenius atau biaya admin sebesar Rp 10.000 dari Januari 2021 dan biaya transfer sebesar Rp 2.500 sesuai peraturan BI. Dengan begitu Bank Jenius harus menerapkan berbagai strategi tepat untuk mendapatkan target pasar yang pas, keunggulan, dan mampu bersaing dengan bank digital. Untuk perbandingan Bank Jenius dengan bank lainnya dari segi biaya admin seperti gambar dibawah ini.

Tabel 1. 1 Perbandingan Biaya Admin Pada Bank Digital

Bank	Biaya Admin Bulanan
Digibank	Rp 10.000 untuk saldo tertentu
Blu by BCA Digital	Tidak ada
Bank Jago	Tidak ada
Neobank	Tidak ada
SeaBank	Tidak ada
Allo Bank	Tidak ada
Jenius	Rp10.000

Sumber: cnnindonesia.com

Untuk tetap *survive* dalam persaingan bisnis yang semakin tinggi, maka perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerjanya. Dengan begitu maka dibutuhkan komunikasi pemasaran, dimana perusahaan dapat menyampaikan pesan dan informasi mengenai kegunaan produknya kepada target pasar. Dengan melakukan komunikasi pemasaran, perusahaan dapat mempengaruhi masyarakat agar mau menggunakan produk kita, dan nama perusahaan dapat menjadi dikenal masyarakat (Ayuningtiyas & Ali, 2020).

Seiring dengan trend bank digital maka dibutuhkan promosi yang sangat gencar. Promosi adalah usaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Kurnia, 2020). Pada awal kemunculan Jenius memberika informasi melalui notifikasi pada aplikasi yang digunakan atau artikel. Namun kebanyakan nasabah melihat bahwa hal tersebut sangat membosankan karena hanya melihat tulisan tanpa gambar yang menarik sehingga pesan yang disampaikan kurang maksimal. Kebanyakan sekarang masyarakat menyukai hal yang menarik, baik itu dalam bentuk visual atau video. Menurut Staf Pemasaran Komunikasi Jenius BTPN Bandung, Jenius mempunyai akun resmi pada Instagram, *website*, dan media sosial lainnya, untuk memberikan informasi seputar fitur-fitur yang ada pada Jenius. Dengan Instagram maka target pasar semakin luas dan dapat dilihat oleh masyarakat yang mengikuti maupun tidak melalui *explore* pengguna Instagram. (Wibowo & Faudy, 2021).

Kemunculan Jenius di berbagai platform media mainstream nasional seperti media massa televisi, koran, atau platform berita online mengenai klaimnya sebagai



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

digital perbankan pertama Indonesia dengan Reinvented Banking akan menarik perhatian masyarakat luas dan meningkatkan kesadaran merek terhadap Jenius itu sendiri. Namun, klaim digital perbankan pertama di Indonesia tersebut juga menjadikan semua proses komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan semua platform digital dan media sosial mereka. Seperti contohnya pada media sosial Youtube Jenius yang bernama Jenius Connect. Di sana terdapat informasi dan tutorial lengkap seputar tata cara fitur penggunaan Jenius yang terbilang masih asing bagi masyarakat Indonesia. Di akun Youtube tersebut dijelaskan mengenai pengertian masing-masing fitur Jenius dalam bentuk video animasi yang ringan, unik, lucu dan jalan cerita yang sesuai dengan kehidupan serta pengalaman sehari-hari. Atau pada Instagram Bank Jenius memanfaatkan seluruh fitur Instagram untuk melakukan edukasi dan promosi. Hal itu berbeda antara kedua platform untuk kebutuhan masing-masing.



Gambar 1. 2 Instagram Jenius

Sumber: Instagram.com

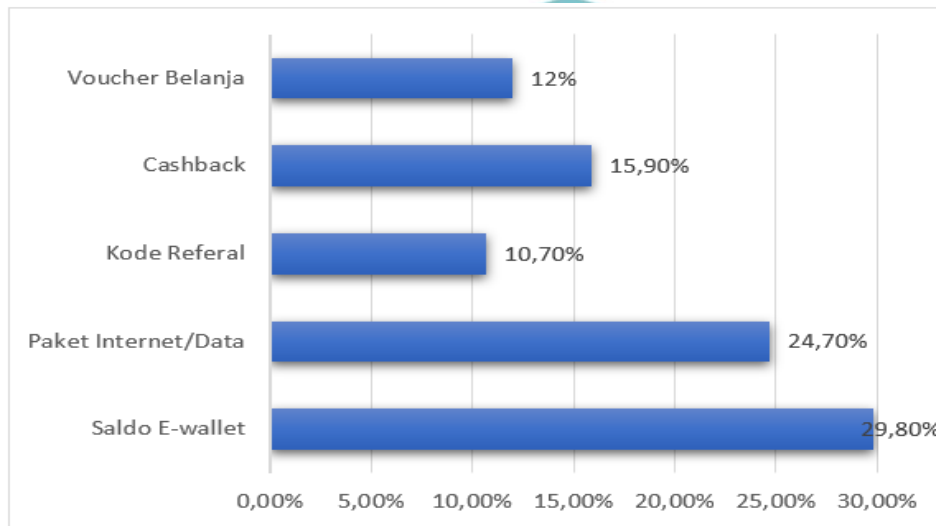
Tidak dengan itu saja Bank Jenius melakukan promosi lain yaitu dengan memberikan *cashback*, kupon, atau harga khusus. Pada awal peluncuran bank Jenius tidak menawarkan *cashback* pada nasabah tetapi memberikan gratis biaya. Dengan berjalannya waktu semenjak 2019 Bank Jenius bekerja sama dengan *merchant* lain. Berdasarkan data riset Telkomsel DigiAds pada Juli 2022, untuk meningkatkan daya tarik dan kesetiaan pengguna, bank digital seringkali memberikan *rewards*, promo, atau harga spesial tertentu untuk transaksi yang dilakukan. Mulai dari

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



promo diskon, *cashback*, *voucher*, atau poin. Maka dibutuhkannya strategi bauran promosi yang sesuai kondisi target pasar. Bank yang tidak memiliki produktivitas dan kualitas yang baik tidak dapat bertahan di tengah persaingan yang ada (Rombe, 2021).



Gambar 1. 3 Promo Bank Digital Terfavorit

Sumber: Telkomsel DigiAds

Banyaknya perubahan kebijakan selama kemunculan Bank Jenius pada tahun 2021 menyebabkan pertumbuhan yang tidak terlalu besar. Pada awalnya kenaikan yang terjadi sangatlah tinggi tetapi pada tahun 2021 sampai 2022 terjadi grafik yang sangat landai. Hal itu bisa disebabkan terjadinya perubahan persepsi pada masyarakat. Namun Bank Jenius memberikan pemberitahuan mengenai alasan perubahan tersebut. Banyak faktor yang menuntut perubahan untuk menjadi lebih inovatif dan memberikan kemudahan yang diinginkan masyarakat.



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 4 Pengguna Bank Jenius Pada 2016 – 2023

Sumber: Hasil olah data peneliti berdasarkan Annual Report Bank BTPN

Menurut penelitian terdahulu (Subardi, 2018) tentang pengaruh promosi dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan penggunaan layanan digital di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih menyimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan. Namun dibantah oleh penelitian (Latief & Dirwan, 2020), tentang pengaruh kemudahan, promosi, dan kemanfaatan terhadap keputusan uang digital menyimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh (negatif) terhadap keputusan penggunaan.

Menurut penelitian (I'tishom, Martini, & Novandari, 2020) tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko, persepsi harga terhadap sikap serta keputusan konsumen untuk menggunakan Gopay memiliki hasil bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Gopay. Sedangkan menurut penelitian (Sulastri, Suwiyanti, & Anggraeni, 2020) tentang promosi, persepsi harga, keamanan dan kemudahan terhadap keputusan menggunakan aplikasi gojek di Jabodetabek memiliki hasil bahwa variabel persepsi harga menunjukkan mampu mempengaruhi keputusan (positif) menggunakan aplikasi Gojek. Berdasarkan perbandingan dari beberapa penelitian terdahulu terdapat gap penelitian yang terjadi yaitu perbedaan hasil penelitian yang berbanding terbalik.



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan latar belakang masalah dan gap penelitian, maka penulis akan meneliti pengaruh persepsi harga dan promosi yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan aplikasi Jenius. Oleh karena itu, judul yang akan penulis ambil dalam penelitian ini yaitu “**Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka peneliti akan fokus pada persepsi harga dan promosi yang ditawarkan oleh aplikasi Jenius. Dengan hal itu, penggunaan digital bank akan mengubah perilaku nasabah apalagi dengan terjadinya Covid-19 yang membuat seluruh kegiatan dilakukan digital. Namun apakah dengan strategi harga dan promosi yang ditawarkan dapat menarik bagi nasabah. Bank Jenius merupakan pelopor bank digital yang menawarkan bebas biaya admin dan biaya transfer. Perubahan biaya transfer merupakan kebijakan dari Bank Indonesia yang secara keseluruhan bank yang ada di Indonesia juga melakukannya. Pada 12 November 2020 Bank Jenius mengumumkan perubahan kebijakan yaitu pengenaan biaya admin bulanan sebesar Rp 10.000 dimulai pada Januari 2021. Istilah yang dipakai bukanlah biaya admin melainkan *feasible* atau *subscription fee*. Kebijakan ini membuat banyak nasabah yang pro- kontra karena kecewa sehingga sempat *trending* di Twitter. Kekecewaan nasabah merupakan keluhan nasabah dimana merasa dibohongi dengan keunggulan yang ditawarkan pada awal keluarnya Bank Jenius yang memiliki jargon *banking reinvented*. Menurut salah satu nasabah yang berkomentar di Twitter membahas kekecewaan nasabah Jenius terhadap kebijakan *feasible* melalui perspektif media sosial dan *content marketing*. Pendeknya, banyak nasabah yang merasa “terkecoh” dengan citra Jenius yang selama ini menjarakkan diri dari bank konvensional umumnya, terutama dari segi layanan dan model pembebanan *fee*. Hal tersebut masih menjadi pro-kontra terhadap pengguna. Bahkan menurut beberapa nasabah menyebutkan bahwa terjadi perubahan kenaikan biaya yang membuat kekecewaan bahwa biaya *feasible* naik menjadi Rp 20.000 hal tersebut membuat bahwa nasabah ingin berpindah pada pesaing. Bahkan pada tahun 2021 Jenius menjadi *trending* pada Twitter karena kenaikan biaya tersebut. Misalnya akun @Ka\*iBaw\*B0 yang menyebut penarikan biaya ini secara tiba-tiba.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





"Min ini apaaaa kok 20rb biasanya juga 10rb kenapa tiba tibaaaa???", tulisnya seperti dikutip Kamis (19/8/2021). Kemudian akun @miss\*nge\*inae\*a "Kok Feesible saya ditarik 20rb? Katanya cuma 10rb aja per bulan. Bisa jelasin? Orang2 juga banyak yg dapet lebih dari 10rb/month. Saldo saya selalu cukup kok per bukannya klo misalnya bulan ini jadi *double*," cuitnya. Namun dibantah *Communications & Daya Head* BTPN, Andrie Darusman Bank BTPN menegaskan Tidak ada perubahan dari biaya feesible Jenius yang merupakan biaya berlangganan (*subscription fee*) sebesar Rp 10.000. Penarikan *feesible* dilakukan secara otomatis oleh sistem setiap bulannya. Hal tersebut diutarakan pengguna Jenius di media sosial seperti Instagram dan Twitter sehingga memiliki persepsi harga yang mahal dan kebijakan yang kurang baik.

Jenius melakukan pemberian *reward* berdasarkan saldo rata rata per bulan tetapi bank digital lainnya memberikan biaya gratis transfer atau top up *e-wallet* secara gratis. Sama seperti bank digital lainnya yang menawarkan kemudahan, fleksibel, keamanan, tetapi persepsi harga dan promosi sesuai rata rata saldo perbulan dapat menarik perhatian nasabah dan memberikan keputusan penggunaan. Menurut Rezta Effendi (cekaja.com, 20223) Bank Jenius dapat memiliki fitur *top-up e-Wallet* dengan biaya yang berbeda setiap transaksinya. Padahal salah satu faktor keputusan penggunaan seseorang berpengaruh dari persepsi harga itu sendiri apakah terjangkau atau mahal. Berikut ini rincian harga yang diberikan oleh Jenius untuk penggunaanya.

Untuk meningkatkan jumlah pengguna dan memperluas target pasar, Bank Jenius menggunakan media sosial serta memberikan informasi mengenai produk yang ditawarkan. Jenius memutuskan untuk menggunakan instagram karena media sosial yang lebih sering diakses atau digunakan oleh para generasi milenial sesuai dengan target pasar Bank Jenius. Dengan inovasi tersebut diharapkan dapat memberikan informasi secara lebih mudah untuk para nasabah, serta menarik perhatian para calon nasabah. Dengan menggunakan instagram, jenius menyebarkan beberapa fitur terbaru yang mereka miliki seperti *Send Me*, *Payme*, *One Touch*. Namun ternyata masih terdapat beberapa kendala yang dialami seperti kurangnya pengetahuan nasabah terkait hadirnya fitur tersebut. Sehingga

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

akhirnya, Jenius mengambil langkah untuk menggunakan instagram untuk memberikan informasi terkait fitur-fitur yang mereka miliki. Tidak hanya itu saja Jenius juga memanfaatkan beberapa fitur instagram untuk seperti *highlight* atau *instastory* untuk menampilkan beberapa promo yang berlaku. Hal tersebut dilakukan untuk menarik perhatian khalayak luas dengan inovasi yang dilakukan Jenius. Seperti melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan yang sedang sering digunakan oleh generasi milenial. Contohnya adalah Cinema XXI, Uniqlo, Javamifi, Bluebird, Shopee, Tokopedia, Blibli, MAPCLUB, IBOX, dan lain lain.

Pada promosi terkait promo yang ditawarkan terdapat ketentuan penggunaan sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. Biasanya yang dituliskan pada *caption* adalah minimal pembelanjaan, untuk pengguna tabungan atau kredit, kuota penerimaan, dll.



Gambar 1. 5 Promosi Jenius Pada Instagram

Sumber : Instagram.com

Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui faktor mempengaruhi seseorang mengambil keputusan untuk menggunakan jasa bank digital. Dengan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penelitian ini dengan judul “**Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Bank Jenius**”.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan dalam penulisan skripsi ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius?
2. Bagaimana pengaruh *Social Media Marketing* terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius?
3. Bagaimana pengaruh signifikan persepsi harga dan *Social Media Marketing* terhadap penggunaan tabungan Bank Jenius?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *Social Media Marketing* terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius.
3. Menguji dan menganalisis persepsi harga dan *Social Media Marketing* secara signifikan terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius.

### 1.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini akan menjadi tugas akhir pada perkuliahan ini dan dapat memberikan pengetahuan secara ilmiah dan wawasan luas tentang pengaruh keputusan dalam bank digital.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan pertimbangan untuk menentukan strategi pemasaran pada Bank Jenius.
3. Bagi Politeknik Negeri Jakarta, penulisan skripsi terapan ini untuk menambah daftar referensi perpustakaan terkait topik terkait.
4. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan informasi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



### 1.3 Sistematika Penulisan

Skripsi terapan ini disusun dengan sistematis sesuai dengan ketentuan penulisan dengan ketentuan penulisan skripsi terapan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari tugas akhir ini. Penulis sistematika penulisan skripsi terapan ini terbagi sebagai berikut:

#### **BAB I Pendahuluan**

pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penulisan, yaitu tentang alasan penulis membahas judul ini. Rumusan masalah yaitu mengenai masalah yang dibahas dalam skripsi ini. Pertanyaan penelitian yaitu mengenai pertanyaan masalah yang dikembangkan dari rumusan masalah. Tujuan penulisan mengenai hal hal yang akan dibahas dalam laporan ini. Manfaat penulisan yaitu menjelaskan manfaat yang dapat diambil dari penulisan skripsi ini oleh beberapa pihak. Sistematika penulisan, menjelaskan secara singkat bagian-bagian yang terdapat dalam skripsi.

#### **BAB II Tinjauan Pustaka**

pada bab ini, penulis menyajikan penelitian yang terdiri dari beberapa komponen, antara lain teori yang berisi teori-teori yang mendukung penelitian, literatur yang membahas penelitian sebelumnya, dan kerangka berpikir.

#### **BAB III Metodologi Penelitian**

pada bab ini, penulis menyajikan berbagai jenis penelitian dan metode yang digunakan untuk melakukannya. Penulis membahas tentang objek penelitian, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

#### **BAB IV Hasil Penelitian**

pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil penelitian dari objek penelitian yang telah dilakukan, beserta pembahasannya.

#### **BAB V Penutup**

penutup merupakan bagian akhir dari skripsi terapan yang terdiri atas kesimpulan dari pembahasan pada bab sebelumnya serta saran yang diberikan oleh penulis.

#### **Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB VI PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan menggunakan SPSS 26 tentang pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius, maka didapatkan beberapa kesimpulan yaitu :

1. Pada hipotesis pertama yaitu pengaruh persepsi harga terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius dapat diterima. Hal tersebut karena persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius. Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna semakin tertarik jika jasa yang ditawarkan dengan biaya yang sesuai dengan manfaat.
2. Pada hipotesis kedua yaitu pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius dapat diterima. Hal tersebut karena promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin banyak promosi yang dilakukan menggunakan periklanan (*advertising*) pada media sosial yaitu Instagram oleh Bank Jenius maka pengguna akan semakin tertarik untuk menjadi pengguna Bank Jenius.
3. Pada hipotesis ketiga yaitu pengaruh persepsi harga dan promosi terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius dapat diterima. Hal tersebut karena persepsi harga dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius. Maka dapat disimpulkan bahwa Hal ini menunjukkan bahwa pengguna tabungan Bank Jenius merasa persepsi harga dan promosi dibutuhkan untuk mencari daya tarik target pasar.

### 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, penulis memberikan saran bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Bank Jenius  
Berdasarkan data yang didapat bahwasanya pengguna terbanyak berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa yang berdomisili di Jakarta. Maka dari itu, diharapkan Bank Jenius terus melakukan promosi dengan gencar dan

memanfaatkan ketidak terbatasan media sosial. Dengan penggunaan Instagram diharapkan Bank Jenius dapat memposting konten yang menarik dan memiliki brand ambassador sehingga lebih dapat dipercaya dan memiliki perbedaan dengan yang lain. Tetapi dengan promosi yang dilakukan, diharapkan harga yang sesuai dengan produk jasa yang ditawarkan dan stabil tidak terjadi perubahan lagi. Jika calon nasabah memiliki persepsi harga yang sesuai dengan manfaat yang ditawarkan dan dibarengi oleh promosi pada media sosial membuat strategi yang digunakan untuk mempengaruhi masyarakat terhadap keputusan penggunaan berpeluang tinggi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Berdasarkan penelitian ini, persepsi harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan tabungan Bank Jenius. Diharapkan bisa menjadi referensi atau informasi terkait dan dapat di kembangkan lebih luas lagi. Karena pada penelitian ini kriteria responden hanya pengguna Bank



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



## DAFTAR PUSTAKA

- AB, S. A. (2015, September). Competitive Strategy Of Banking Industry. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19(3), 439-449. Retrieved from <http://jurkubank.wordpress.com>
- Alma, B. (2005). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora*, 111-122.
- Ayuningtiyas, D. U., & Ali, D. S. (2020, Agustus). Akititas Personal Selling Produk Perbankan BTPN Jenius Dalam Meningkatkan Jumlah NASabah. *e-Proceeding of Management*, 7(2), 4215-4221.
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian . *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 34.
- Djarwanto. (2010). *Pokok-pokok Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 201-223.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas .
- Hutasoit, A. H., Ginting, S. O., & Eric. (2020). Kualitas Layanan, Promosi, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan NASabah PT Bank BTPN Tbk Cabang Medan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 474-481.
- I'tishom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Perspsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi HARGA Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan GO-PAY. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, 22(4), 514-532.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* . London: Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Sindoro, A. (2008). *Dasar Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kurnia, D. (2020, Agustus 8). Pengaruh Fitur, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Banking Jenius PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Journal*, 14, 1-9.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Latief, F., & Dirwan. (2020, April). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16-30. doi:<https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1>
- Linggadjaya, R. I., Sitio, B., & Situmorang, P. (2022, Februari). Transformasi Digital PT Bank JAGo Tbk Dari Bank Konvensional Menjadi Bank Digital. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 3(1), 11-16. Retrieved from <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, D. A. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Marilius, D. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurnal Marketing*, 12-22.
- Marimin. (2004). *Teknik Dan Aplikasi Pengambil*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rombe, Y. (2021). The Effect Of Promotion Mix on PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Customer Decisions. *Jurnal MANajemen Bisnis*, 8(1), 23-32.
- Subardi, L. (2018, Agustus). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2), 126-138.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta, .
- Sulastri, Suwiyanti, R., & Anggraeni, S. T. (2020, Desember). The Influence Of Promotion, Price Perception, Security And Convenience On The Decision To Use The Gojek Application In Jabodetabek. *Judicious Journal Of Management*, 3(2), 164-174. doi:<https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2>
- Tiwow, A. D. (2012). Pengaruh marketing mix terhadap keputusan konsumen untuk menabung pada bank perkreditan rakyat. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, F. S., & Faudy, M. E. (2021). Pemanfaatan New Media Oleh PPT BTPN Dalam Aktivitas Perbankan Generasi Milenial. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7(2), 747-751. doi:<http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.30891>

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### Kuesioner Penelitian

Kepada,  
Yth. Para Responden,

Perkenalkan Saya Marisha Nabila Malau mahasiswa semester 8 Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul

**"Analisis Pengaruh Persepsi Harga dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Jenius".**

Jika Bapak/Ibu, Teman/Kerabat memiliki kriteria seperti berikut:

1. Pengguna Aplikasi Bank Jenius BTPN
2. Berusia 17 tahun keatas
3. Domisili di Jabodetabek

Dimohon kesediaan Bapak/Ibu, Teman/Kerabat untuk berkenan meluangkan waktunya serta mengisi kuesioner berikut dengan benar agar informasi dengan benar, agar informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan. Pengisian kuesioner akan memakan waktu 5 - 10 menit dan bersifat sukarela tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan jawaban anda dengan jujur dan tanpa dipengaruhi oleh siapapun.
2. Pilihlah jawaban yang menurut anda paling tepat pada pilihan yang disediakan, dimana:
  - 1= Sangat Tidak Setuju (STS)
  - 2= Tidak Setuju (TS)
  - 3= Netral

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- 4= Setuju (S)
- 5= Sangat Setuju (SS)

**A. Identitas Responden**

Berikut ini merupakan pertanyaan terkait profil responden. Diharapkan dapat diisi dengan benar dan jujur. Data ini akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan bersifat rahasia.

Nama	
Jenis Kelamin	<input type="radio"/> Laki-laki <input type="radio"/> Perempuan
Apakah Berusia diatas 17 tahun	<input type="radio"/> Ya <input type="radio"/> Tidak
Usia	<input type="radio"/> 17 – 23 tahun <input type="radio"/> 24 – 29 <input type="radio"/> >29 tahun
Pekerjaan	<input type="radio"/> Pelajar/mahasiswa <input type="radio"/> PNS <input type="radio"/> Karyawan swasta <input type="radio"/> Wirausaha <input type="radio"/> Lainnya
Domisili	<input type="radio"/> Jakarta <input type="radio"/> Bogor <input type="radio"/> Depok <input type="radio"/> Tangerang <input type="radio"/> Bekasi

**B. Persepsi Harga (X<sub>1</sub>)**

Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan jawaban anda dengan jujur dan tanpa dipengaruhi oleh siapapun.

Pilihlah jawaban yang menurut anda paling tepat pada pilihan yang disediakan, dimana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		1	2	3	4	5
1.	Biaya layanan (administrasi dan transaksi) yang dibebankan Jenius kepada nasabah sangat terjangkau setiap bulannya.					
2.	Saya merasa biaya layanan (administrasi dan transaksi) yang dibebankan Jenius kepada nasabah adalah biaya yang pantas untuk sebuah layanan perbankan digital.					
3.	Biaya layanan (administrasi dan transaksi) yang diberikan Jenius adalah biaya yang dapat diterima baik oleh nasabah.					
4.	Biaya layanan (administrasi dan transaksi) yang diberikan oleh Jenius kepada nasabah tidak					

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	mengalami kenaikan pada kurun waktu setahun.				
5.	Saya merasa biaya layanan yang dibebankan kepada nasabah sesuai dengan keamanan dan kenyamanan transaksi yang diberikan oleh Jenius.				
6.	Biaya layanan(administrasi dan transaksi) yang diberikan Jenius kompetitif dengan bank digital lainnya.				
7.	Saya merasa kenaikan biaya layanan(administrasi dan transaksi) bank digital Jenius masuk akal dan dapat diterima nasabah.				

### C. Social Media Marketing (X<sub>2</sub>)

Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan jawaban anda dengan jujur dan tanpa dipengaruhi oleh siapapun.

Pilihlah jawaban yang menurut anda paling tepat pada pilihan yang disediakan, dimana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		1	2	3	4	5
1.	Saya mengetahui produk digital banking Bank Jenius melalui promosi <i>Social media</i> .					
2.	Promosi sosial media yang dilakukan oleh Bank Jenius (melalui iklan di Instagram) menarik perhatian saya.					
3.	Promosi sosial media yang dilakukan oleh Bank Jenius (melalui iklan di Instagram) sangat memberikan informasi mengenai promosi penjualan yang berlaku.					
4.	Penyampaian promosi yang dilakukan oleh Bank Jenius mudah dipahami dan sangat informatif.					
5.	Informasi tentang Bank Jenius mudah didapatkan secara mudah di media online.					
6.	Informasi yang disampaikan melalui promosi sosial media dapat dipercaya					

### D. Keputusan Penggunaan

Pilihlah jawaban pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan jawaban anda dengan jujur dan tanpa dipengaruhi oleh siapapun.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pilihlah jawaban yang menurut anda paling tepat pada pilihan yang disediakan, dimana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	ST	STS
1.	Saya menggunakan Bank Jenius karena mendapatkan harga yang sangat terjangkau sesuai dengan fitur yang diberikan					
2.	Saya menggunakan produk Bank Jenius karena mendapatkan informasi dari postingan di Instagram Jenius					
3.	Saya menggunakan produk Bank Jenius setelah mempertimbangkan dari harga dan promosi di media sosialnya					
4.	Saya menggunakan produk Bank Jenius karena sesuai dengan kebutuhan saya					
5.	Saya menggunakan produk Bank Jenius secara berulang-ulang atau lebih dari satu kali.					



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 2 Jawaban Responden

Responde n	Persepsi Harga							Tota 1	Promosi						Tota 1	Keputusan Penggunaan					Tota 1
	X1	X1	X1	X1	X1	X1	X1		X2	X2	X2	X2	X2	X2		Y	Y	Y	Y	Y	
	1	2	3	4	5	6	7		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	
1.	5	5	5	4	5	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21
2.	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
3.	5	5	4	5	4	5	4	32	5	5	5	4	5	5	29	5	4	4	5	5	23
4.	5	4	5	4	4	5	5	32	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	4	4	23
5.	3	3	3	3	3	3	3	21	5	5	4	4	5	5	28	3	3	5	5	3	19
6.	3	3	3	3	4	4	3	23	4	3	3	4	4	4	22	3	3	4	4	4	18
7.	3	3	4	3	3	2	4	22	3	3	3	4	4	4	21	3	3	3	4	2	15
8.	4	5	5	4	5	5	5	33	5	4	5	4	5	5	28	5	4	4	5	5	23
9.	5	5	5	5	5	4	4	33	4	5	3	5	4	5	26	5	4	5	5	4	23
10.	4	4	4	5	4	4	4	29	4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	5	23



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

11.	4	4	4	4	5	5	3	29	5	5	5	5	5	3	28	4	5	5	3	3	20
12.	4	5	5	4	3	4	5	30	5	4	5	3	5	4	26	4	5	5	4	4	22
13.	2	3	2	3	3	3	2	18	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	3	17
14.	4	4	4	3	4	4	4	27	5	4	3	3	4	5	24	3	4	4	4	3	18
15.	3	3	4	4	4	4	4	26	3	3	4	5	5	3	23	3	4	4	5	5	21
16.	4	5	5	4	5	5	3	31	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	4	5	22
17.	4	4	4	4	4	5	4	29	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	5	4	21
18.	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	3	2	3	21	4	4	3	3	3	17
19.	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
20.	3	3	3	4	3	2	3	21	2	2	2	3	3	3	15	3	2	3	3	3	14
21.	4	4	4	4	5	4	3	28	3	4	3	4	4	4	22	4	2	4	4	4	18
22.	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
23.	3	4	4	4	4	4	3	26	5	5	5	4	5	4	28	3	3	4	4	3	17
24.	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	2	3	2	2	15	3	3	2	2	3	13
25.	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

26.	4	5	4	5	4	5	4	31	4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	4	5	23
27.	4	4	4	3	4	5	3	27	5	4	3	4	5	3	24	4	3	3	4	4	18
28.	4	4	5	5	5	4	4	31	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	5	4	22
29.	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	19
30.	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
31.	4	4	5	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
32.	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
33.	5	4	5	4	4	5	4	31	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	22
34.	4	4	4	5	5	5	4	31	5	5	5	4	4	4	27	3	4	4	4	5	20
35.	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
36.	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	4	5	5	27	4	4	4	5	5	22
37.	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	4	5	24
38.	3	4	4	5	4	4	3	27	5	5	4	4	4	3	25	5	4	4	5	5	23
39.	4	5	4	5	5	5	5	33	5	5	4	5	5	4	28	4	5	5	5	5	24
40.	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20



Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

41.	4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	3	19
42.	5	4	4	5	4	5	5	32	4	5	5	4	4	5	27	5	5	4	5	4	23
43.	4	4	4	3	5	3	4	27	5	4	5	4	5	3	26	5	5	5	5	5	25
44.	5	4	5	5	5	5	4	33	5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	4	5	24
45.	4	4	4	5	5	5	4	31	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	25
46.	5	4	5	4	4	5	5	32	4	5	5	4	4	4	26	4	5	5	5	4	23
47.	4	5	5	4	4	5	5	32	4	5	5	5	5	4	28	5	4	5	5	4	23
48.	5	5	4	4	4	4	4	30	4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	5	4	22
49.	4	4	4	5	5	5	4	31	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
50.	5	5	5	4	5	5	5	34	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	4	24
51.	5	5	5	4	5	4	5	33	4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	5	4	22
52.	4	4	4	5	5	5	4	31	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	25
53.	4	5	4	4	4	4	4	29	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	5	4	21
54.	5	5	5	4	5	4	3	31	5	4	5	5	5	5	29	5	4	5	5	5	24
55.	4	4	5	4	5	4	4	30	4	2	4	2	3	4	19	4	5	4	5	5	23



- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

56.	5	5	5	4	3	5	5	32	4	4	4	5	5	4	26	5	5	5	5	4	24
57.	4	4	3	3	5	4	5	28	3	5	4	4	4	4	24	4	5	4	3	4	20
58.	5	4	5	4	5	4	5	32	5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	23
59.	4	5	5	4	3	4	5	30	4	5	4	4	5	3	25	5	5	4	4	5	23
60.	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
61.	4	4	5	4	5	4	4	30	4	2	4	2	3	4	19	4	5	4	5	5	23
62.	3	3	4	3	4	4	4	25	1	2	3	3	4	3	16	3	2	3	4	4	16
63.	5	4	4	5	5	4	5	32	4	3	4	5	4	5	25	5	4	5	5	4	23
64.	4	4	5	4	5	4	4	30	4	2	4	2	3	4	19	4	5	4	5	5	23
65.	4	3	3	4	5	4	4	27	4	5	3	4	4	3	23	4	5	3	4	5	21
66.	4	4	5	3	5	4	4	29	4	2	4	2	3	4	19	4	5	4	5	5	23
67.	4	5	5	4	3	4	5	30	2	5	5	4	4	5	25	4	5	5	5	4	23
68.	4	3	4	4	5	4	5	29	5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	5	4	23
69.	4	4	5	3	4	4	3	27	5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	4	5	22
70.	5	4	5	5	4	5	5	33	5	3	4	5	4	5	26	4	5	5	4	5	23



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

71.	4	4	5	3	4	4	3	27	5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	4	5	22
72.	4	5	5	5	4	3	4	30	5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	4	5	22
73.	5	4	5	5	4	3	5	31	4	5	5	4	5	5	28	5	4	5	5	4	23
74.	4	4	4	4	4	2	3	25	4	3	4	4	4	2	21	3	4	5	5	4	21
75.	4	4	5	3	4	4	3	27	5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	4	5	22
76.	4	4	5	3	4	4	3	27	5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	4	5	22
77.	4	3	4	4	3	4	3	25	3	4	4	5	4	4	24	3	4	4	5	4	20
78.	4	4	5	3	4	4	3	27	5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	5	5	23
79.	4	5	4	5	4	5	4	31	5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	23
80.	5	4	5	4	5	4	5	32	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	22
81.	5	4	5	5	4	4	5	32	4	3	5	5	4	5	26	5	4	4	5	5	23
82.	4	4	4	5	5	5	5	32	4	5	5	4	4	4	26	4	4	5	5	4	22
83.	4	4	5	5	4	4	5	31	4	5	4	4	5	5	27	4	4	5	5	4	22
84.	4	5	4	5	4	5	4	31	5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	4	22
85.	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	4	5	5	4	26	4	4	5	4	4	21



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

86.	4	4	5	5	5	4	4	31	4	4	5	5	4	4	26	4	4	5	5	4	22
87.	4	5	4	5	4	5	4	31	4	5	4	4	5	4	26	4	5	5	4	4	22
88.	4	4	5	4	5	4	4	30	5	4	4	5	5	4	27	4	5	5	5	4	23
89.	4	4	5	5	4	4	5	31	4	5	5	4	5	4	27	5	4	4	5	5	23
90.	4	4	4	5	5	5	4	31	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	4	4	22
91.	5	4	4	5	5	4	4	31	3	4	5	5	5	4	26	4	5	5	4	5	23
92.	4	5	5	4	4	5	5	32	4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	4	4	21
93.	5	5	4	5	4	3	4	30	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	4	4	23
94.	4	5	5	4	4	5	4	31	4	5	5	4	4	4	26	5	5	4	4	5	23
95.	5	5	5	3	5	5	3	31	4	4	4	4	5	4	25	5	4	4	5	5	23
96.	3	3	3	5	5	5	5	29	5	5	4	4	5	3	26	5	5	4	3	5	22
97.	4	4	4	3	5	5	3	28	2	2	2	3	2	3	14	5	2	2	3	3	15
98.	5	5	5	3	5	5	4	32	5	3	3	4	4	3	22	4	4	4	4	4	20
99.	4	4	4	3	4	3	2	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
100.	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	19



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

101.	3	4	3	4	3	4	3	24	5	5	4	4	5	3	26	2	3	3	3	3	14
102.	4	4	4	3	4	4	4	27	5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	4	4	21



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

A. Variabel Persepsi Harga (X<sub>1</sub>)

1. Uji Validitas

		Correlations							
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	,605**	,642**	,381**	,447**	,411**	,506**	,805**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1_2	Pearson Correlation	,605**	1	,575**	,355**	,244*	,460**	,358**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,014	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1_3	Pearson Correlation	,642**	,575**	1	,192	,308**	,312**	,408**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,053	,002	,001	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1_4	Pearson Correlation	,381**	,355**	,192	1	,307**	,371**	,497**	,647**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,053		,002	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1_5	Pearson Correlation	,447**	,244*	,308**	,307**	1	,441**	,275**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000	,014	,002	,002		,000	,005	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1_6	Pearson Correlation	,411**	,460**	,312**	,371**	,441**	1	,392**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1_7	Pearson Correlation	,506**	,358**	,408**	,497**	,275**	,392**	1	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,005	,000		,000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102
X1	Pearson Correlation	,805**	,721**	,691**	,647**	,611**	,696**	,722**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,823	7

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**B. Variabel Promosi (X<sub>2</sub>)**

**1 Uji Validitas**

		Correlations						
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	,406**	,502**	,322**	,457**	,250*	,683**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,011	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X2_2	Pearson Correlation	,406**	1	,484**	,495**	,505**	,372**	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X2_3	Pearson Correlation	,502**	,484**	1	,401**	,515**	,432**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X2_4	Pearson Correlation	,322**	,495**	,401**	1	,550**	,393**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X2_5	Pearson Correlation	,457**	,505**	,515**	,550**	1	,302**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,002	,000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X2_6	Pearson Correlation	,250*	,372**	,432**	,393**	,302**	1	,625**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000	,000	,002		,000
	N	102	102	102	102	102	102	102
X2	Pearson Correlation	,683**	,767**	,766**	,726**	,764**	,625**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	102	102	102	102	102	102	102

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**2 Uji Reabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,816	6

**C. Variabel Keputusan Penggunaan**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Uji Validitas

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y
Y_1	Pearson Correlation	1	,390**	,442**	,367**	,513**	,731**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Y_2	Pearson Correlation	,390**	1	,510**	,315**	,537**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Y_3	Pearson Correlation	,442**	,510**	1	,498**	,357**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Y_4	Pearson Correlation	,367**	,315**	,498**	1	,407**	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Y_5	Pearson Correlation	,513**	,537**	,357**	,407**	1	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	102	102	102	102	102	102
Y	Pearson Correlation	,731**	,758**	,758**	,687**	,762**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	102	102	102	102	102	102

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

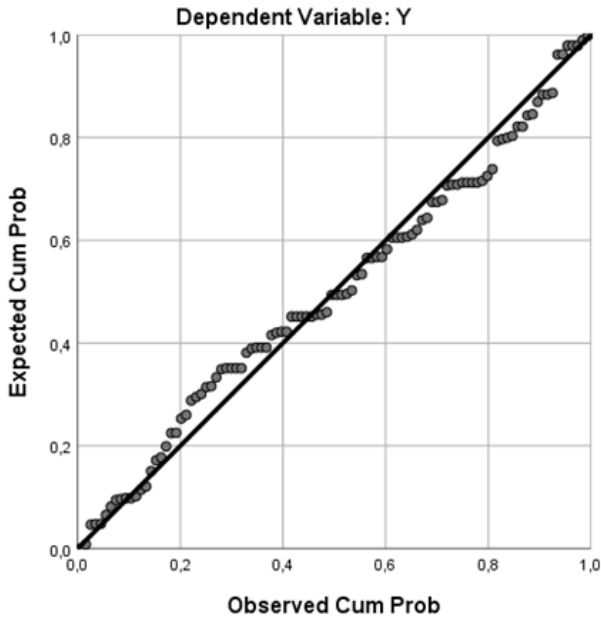
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,793	5



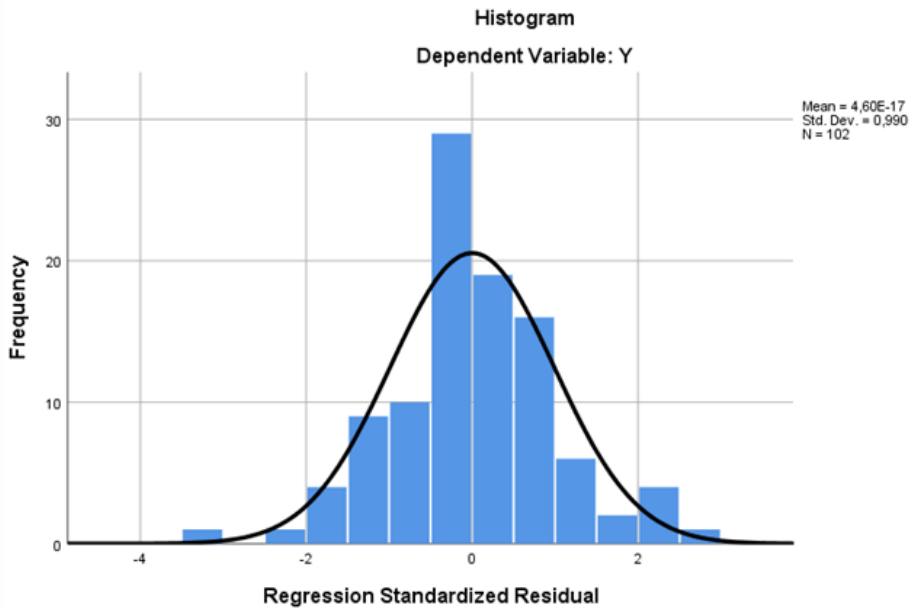
**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 5 Histogram Uji Normalitas



Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52477837
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,077
	Negative	-,073
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,154 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

### Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

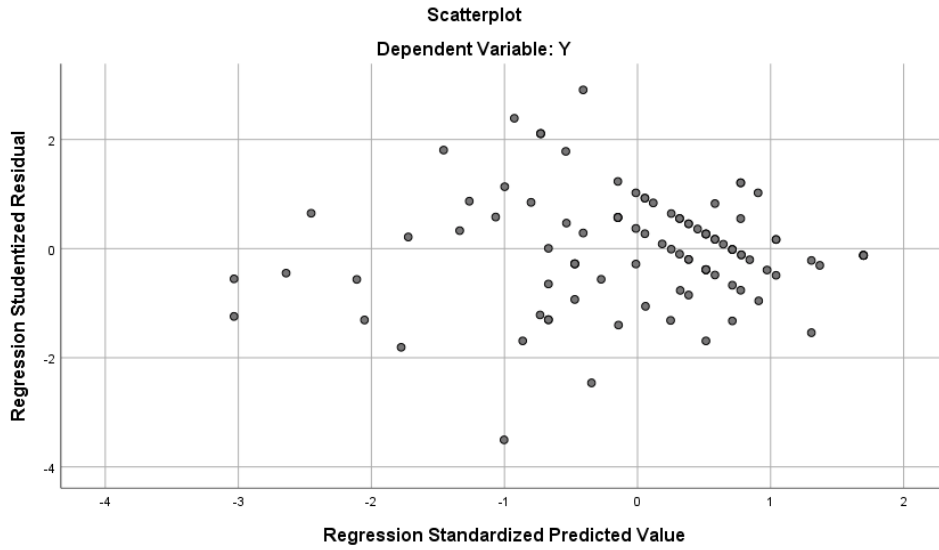
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,378	1,410		,977	,331		
	X1	,435	,054	,563	8,122	,000	,686	1,459
	X2	,286	,055	,361	5,212	,000	,686	1,459

a. Dependent Variable: Y

NEGERI  
JAKARTA



### Lampiran 8 Hasil Scatter Plot



### Lampiran 9 Hasil Uji Glajser

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4,480	,879		5,096	,00
	X1	-,049	,033	-,166	-1,470	,14
	X2	-,075	,034	-,248	-2,195	,10

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Lampiran 10 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,378	1,410		,977	,331		
	X1	,435	,054	,563	8,122	,000	,686	1,459
	X2	,286	,055	,361	5,212	,000	,686	1,459

a. Dependent Variable: Y

- Hak Cipta :**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 11 Hasil Uji T (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,378	1,410		,977	,331		
	X1	,435	,054	,563	8,122	,000	,686	1,459
	X2	,286	,055	,361	5,212	,000	,686	1,459

a. Dependent Variable: Y

### Lampiran 12 Hasil Uji F (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	486,523	2	243,262	102,559	,000 <sup>b</sup>
	Residual	234,820	99	2,372		
	Total	721,343	101			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

### Lampiran 13 Hasil Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,821 <sup>a</sup>	,674	,668	1,54010

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta