

**PENGARUH PENGGUNAAN *MOBILE PAYMENT*
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI TERHADAP
PERILAKU *IMPULSIVE BUYING* PADA MAHASISWI
DI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
KAMPUS BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Santika Putri Ramadhina

201610415204



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Mobile Payment* sebagai Media Komunikasi terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi

Nama Mahasiswa : Santika Putri Ramadhina

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415204

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Januari 2021

Jakarta, 3 Februari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hizkia Yosias Polimpung, M.Si

NIDN 0328078605

Ratna Puspita, S.Sos., M.Si

NIDN 0329088305

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Mobile Payment* sebagai Media Komunikasi terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi

Nama Mahasiswa : Santika Putri Ramadhina

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415204

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Januari 2021

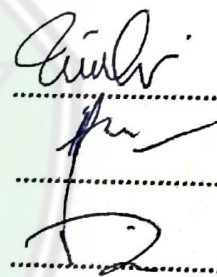
Jakarta, 3 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H
NIDN 0312026604

Penguji I : Dr. Hizkia Yosias Polimpung, M.Si
NIDN 0328078605

Penguji II : Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0323127802



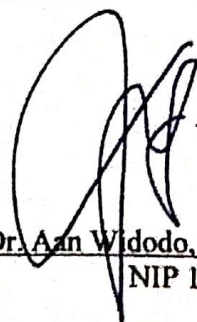
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP 1904409



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Mobile Payment* sebagai Media Komunikasi terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi”.

Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 3 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Santika Putri Ramadhina

201610415204

ABSTRAK

Santika Putri Ramadhina. 201610415204. Pengaruh Penggunaan *Mobile Payment* sebagai Media Komunikasi terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi.

Sistem pembayaran di Indonesia telah berkembang dan beralih menggunakan perangkat *mobile*. Penggunaan pembayaran *mobile* dilakukan secara *online* dan digunakan beragam, salahsatunya untuk belanja *online*. Belanja *online* dapat menjadikan pengguna melakukan pembelian secara impulsif, hal ini dipengaruhi oleh dimensi dalam penggunaan media pembayaran tersebut. Penelitian ini tentang adanya pengaruh Penggunaan *Mobile Payment* sebagai Media Komunikasi terhadap Perilaku *Impulsive Buying* pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bahwa mahasiswi UBJ Kampus Bekasi itu pakai *mobile payment* sebagai media komunikasi dan membuat mereka menjadi *impulsive buying*. Metode penelitian yang digunakan ialah metode Kuantitatif dengan jenis penelitian Deskriptif. Kuisisioner disebar melalui *google form* dengan *share link* penyebaran kuisisioner kepada 91 responden mahasiswi dari tiga fakultas yakni Ilmu Komunikasi, Ekonomi, dan Psikologi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan *mobile payment* memiliki pengaruh terhadap Perilaku *impulsive buying* sebesar 36,6%. Selain itu, dimensi pada penggunaan *mobile payment* memiliki pengaruh paling kuat yakni dimensi durasi, sedangkan perilaku *impulsive buying* memiliki pengaruh paling kuat yakni dimensi dorongan emosional.

Kata Kunci: *mobile payment*, media komunikasi, *impulsive buying*

ABSTRACT

Santika Putri Ramadhina. 201610415204. *The Effect of Using Mobile Payment as a Communication Media on Impulsive Buying Behavior in Students at Bhayangkara Jakarta Raya University Bekasi Campus.*

The payment system in Indonesia has developed and switched to using mobile devices. Using mobile payments is made online and variously, one of which is for online shopping. Online shopping can make users purchases impulsively, this is influenced by the dimensions in the use of such payment media. This research is about the influence of The Use of Mobile Payment as a Communication Media on Impulsive Buying Behavior in Students at Bhayangkara Jakarta Raya University Bekasi Campus. The study aims to explain that UBJ Bekasi Campus students use mobile payment as a communication media and make them become impulsive buying. The research method used is Quantitative method with descriptive research type. Questionnaires were distributed through google form with share link of questionnaire spread to 91 student respondents from three faculties namely Communication Science, Economics, and Psychology at Bhayangkara Jakarta Raya University Bekasi Campus. Results showed that the use of mobile payments has an influence on impulsive buying behavior by 36.6%. In addition, the dimensions on the use of mobile payments have the strongest influence, namely the duration dimension, while impulsive buying behavior has the strongest influence, namely the emotional drive dimension.

Keyword: mobile payment, communication media, impulsive buying

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadirat-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik. Dengan judul penelitian Pengaruh Penggunaan *Mobile Payment* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Perilaku *Impulsive Buying* Pada Mahasiswi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus Bekasi.

Skripsi ini merupakan syarat untuk menyelesaikan penelitian dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1). Sebagian bahan penelitian ini diambil berdasarkan beberapa sumber yang mendukung penelitian ini. Skripsi ini telah penulis buat semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini dengan baik. Dengan itu, penulis sangat berterima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu menyusun Skripsi ini. Terutama kepada Allah SWT dan keluarga atas perhatian serta dukungan penuh selama penulisan Skripsi ini berlangsung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan yang ada di dalam Skripsi ini. Oleh karena itu izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Hizkia Yosias Polimpung, M.Si selaku Pembimbing I Skripsi, yang telah membimbing penulis dalam menyusun teknik penulisan penelitian.
5. Ibu Ratna Puspita, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing II Skripsi, yang telah membimbing penulis dalam menyusun teknik penulisan penelitian.
6. Bapak Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H selaku Ketua Tim Penguji, yang telah membantu penulis menyempurnakan penelitian.

7. Ibu Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos.,M.M., M.I.Kom selaku Penguji I, yang begitu membantu memberikan saran dan masukan kepada penulis mengembangkan hasil penelitian.
8. Kedua Orang Tua penulis, yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi.
9. Mega, Fatimah, Ara, Natasya, Elyzabeth, Galuh, Sukma, Syifa, Bethaviara, Heni, Dita, Popy, Ariawan, Wina, dan Unuy yang selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi terutama kelas (A4) angkatan 2016 yang sudah banyak membantu dalam menyelesaikan Skripsi.
11. Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi, Ekonomi, dan Psikologi angkatan 2017 atas kerjasama dalam membantu penulis mendapatkan informan dalam penelitian Skripsi.

Serta seluruh pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh sekali dari kata sempurna, oleh sebab itu sangat terbuka bagi penulis untuk dapat menerima saran serta kritik dari pembaca sehingga penulis dapat memperbaiki Skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 3 Februari 2021


Santika Putri Ramadhina
201610415204

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Konsep	13
2.2.1 <i>Mobile Payment</i> sebagai Media Komunikasi	13
2.2.2 Penggunaan Media	14
2.2.3 <i>Impulsive Buying</i>	15

	Halaman
2.3 Kerangka Teori	16
2.3.1 Teori Dependensi	16
2.4 Kerangka Pemikiran.....	18
2.5 Hipotesis.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian.....	20
3.3 Variabel dan Operasional Variabel	21
3.3.1 Definisi Konseptual	21
3.3.2 Definisi Operasional	22
3.3.3 Operasional Variabel	22
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Validitas dan Reliabilitas	28
3.6.1 Validitas	28
3.6.2 Reliabilitas	29
3.7 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan	31
3.7.1 Lokasi Penelitian	31
3.7.2 Waktu Pelaksanaan	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum <i>Mobile Payment</i> ‘OVO’	32
4.2 Karakteristik Responden	32
4.3 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	34
4.3.1 Variabel Independen X (Penggunaan <i>Mobile Payment</i>)	34
4.3.2 Variabel Dependen Y (Perilaku <i>Impulsive Buying</i>)	52
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian	61
4.4.1 Uji Validitas	61

	Halaman
4.4.2 Uji Reabilitas	63
4.5 Hasil Uji Hipotesis	63
4.6 Pembahasan	68
4.6.1 Pengaruh <i>Mobile Payment</i> terhadap Pembelian Impulsif	68
4.6.2 Implikasi Penelitian Terhadap Teori.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran Teoritis	73
5.2.2 Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tiga Besar Dompot Digital Indonesia	2
Gambar 1.2	Tampilan Informasi dan Promosi OVO	3
Gambar 4.1	<i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	33
Gambar 4.2	<i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Pengguna ‘OVO’	34
Gambar 4.3	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 1	35
Gambar 4.4	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 2	36
Gambar 4.5	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 3	37
Gambar 4.6	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 4	38
Gambar 4.7	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 5	39
Gambar 4.8	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 6	40
Gambar 4.9	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 7.....	41
Gambar 4.10	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 8.....	42
Gambar 4.11	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 9.....	43
Gambar 4.12	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 10.....	44
Gambar 4.13	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 11.....	45
Gambar 4.14	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 12.....	46
Gambar 4.15	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 13.....	47
Gambar 4.16	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 14.....	48
Gambar 4.17	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 15.....	49
Gambar 4.18	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 16.....	50
Gambar 4.19	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 17.....	51
Gambar 4.20	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 1.....	52
Gambar 4.21	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 2.....	53

Gambar 4.22	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 3.....	54
Gambar 4.23	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 4.....	55
Gambar 4.24	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 5.....	56
Gambar 4.25	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 6.....	57
Gambar 4.26	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 7.....	58
Gambar 4.27	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 8.....	59
Gambar 4.28	Diagram Batang Presentase Pernyataan Butir 9.....	60



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel	22
Tabel 3.2	Jumlah Mahasiswi Angkatan Tahun 2017	27
Tabel 3.3	Kriteria Interpretasi Skor	30
Tabel 3.4	Waktu Pelaksanaan	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	33
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna ‘OVO’	34
Tabel 4.3	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 1	34
Tabel 4.4	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 2	35
Tabel 4.5	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 3	36
Tabel 4.6	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 4	38
Tabel 4.7	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 5	39
Tabel 4.8	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 6	40
Tabel 4.9	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 7	41
Tabel 4.10	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 8	42
Tabel 4.11	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 9	43
Tabel 4.12	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 10	44
Tabel 4.13	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 11	45
Tabel 4.14	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 12	46
Tabel 4.15	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 13	47
Tabel 4.16	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 14	48
Tabel 4.17	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 15	49
Tabel 4.18	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 16	50
Tabel 4.19	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 17	51

Tabel 4.20	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 1	52
Tabel 4.21	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 2	53
Tabel 4.22	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 3	54
Tabel 4.23	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 4	55
Tabel 4.24	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 5	56
Tabel 4.25	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 6	57
Tabel 4.26	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 7	58
Tabel 4.27	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 8	59
Tabel 4.28	Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 9	60
Tabel 4.29	Uji Validitas	62
Tabel 4.30	Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.31	Hasil Uji Korelasi	64
Tabel 4.32	<i>Variable Entered</i>	65
Tabel 4.33	<i>Model Summary</i>	65
Tabel 4.34	Anova	66
Tabel 4.35	Koefisien Analisis Regresi Sederhana	67

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Ide umum dari Teori Ketergantungan	17
Bagan 2.2	Kerangka Pemikiran	19



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	: Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 2	: Kuisisioner Penelitian
LAMPIRAN 3	: Tabulasi Kuisisioner
LAMPIRAN 4	: Uji Validitas Variabel X
LAMPIRAN 5	: Uji Validitas Variabel Y
LAMPIRAN 6	: Uji Reliabilitas Variabel
LAMPIRAN 7	: Frekuensi Tabel Karakteristik
LAMPIRAN 8	: Frekuensi Tabel Pernyataan
LAMPIRAN 9	: Tabel Anova
LAMPIRAN 10	: Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
LAMPIRAN 11	: Tabel Nilai – Nilai r Product Moment dan Pearson
LAMPIRAN 12	: Tabel Nilai – Nilai T table
LAMPIRAN 13	: Dokumentasi
LAMPIRAN 14	: Kartu Bimbingan