

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT..... | ix |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR TABEL..... | 1 |
| BAB I..... | 3 |
| PENDAHULUAN | 3 |
| 1.1 Latar Belakang | 3 |
| 1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Batasan Peneltian | 9 |
| BAB II..... | 11 |
| LANDASAN TEORI..... | 11 |
| 2.1 Definisi Financial Technology | 11 |
| 2.2 Definisi Komunikas Pemasaran | 11 |
| 2.2.1 Jenis-jenis Komunikasi Pemasaran..... | 11 |
| 2.3 Definisi Promosi..... | 12 |
| 2.3.1 Tujuan Promosi..... | 13 |
| 2.3.2 Definisi Bauran Promosi (<i>promotion mix</i>)..... | 14 |
| 2.3.3 Definisi Sales Promotion | 14 |
| 2.3.4 Jenis Promosi Penjualan | 15 |
| 2.4 Perilaku Konsumen | 16 |
| 2.5 Definisi Minat Beli..... | 17 |
| 2.5.1 Aspek-aspek Minat Beli..... | 18 |

| | |
|---|----|
| 2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli..... | 19 |
| 2.6 Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.7 Kerangka Berpikir..... | 21 |
| 2.8 Hipotesis | 21 |
| BAB III..... | 23 |
| METODOLOGI PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Metode Penelitian | 23 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 23 |
| 3.2.1 Populasi | 23 |
| 3.2.2 Sampel..... | 23 |
| 3.3 Data Penelitian | 24 |
| 3.3.1 Jenis dan Sumber Data | 24 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data | 25 |
| 3.4 Defenisi Oprasional Variabel Penelitian..... | 26 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian | 26 |
| 3.4.2 Variabel Dependen..... | 26 |
| 3.4.3 Variabel Independen | 26 |
| 3.4.4 Operasional Variabel Penelitian..... | 27 |
| 3.5 Teknik Skala Pengukuran Instrumen..... | 28 |
| 3.5.1 Uji Validitas | 28 |
| 3.5.2 Uji Reabilitas..... | 29 |
| 3.6 Pengujian Asumsi Klasik..... | 29 |
| 3.6.1 Uji Normalitas | 30 |
| 3.6.2 Uji Multikolineritas | 30 |
| 3.6.3 Uji Heteroskedasitas | 30 |
| 3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 31 |
| 3.7 Uji Hipotesis | 32 |
| 3.7.1 Uji T (Parsial)..... | 32 |
| 3.7.2 Uji F (Simultan) | 32 |
| 3.7.3 Koefesien Determinasi (R^2) | 33 |
| BAB IV..... | 34 |

| | |
|---|----|
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 35 |
| 4.1 Karakteristik Responden | 35 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin Responden..... | 35 |
| 4.1.2 Usia Responden | 35 |
| 4.1.3 Asal Perguruan Tinggi | 36 |
| 4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian | 37 |
| 4.2.1 Variabel <i>Discount</i> | 37 |
| 4.2.2 Variabel <i>Refund</i> | 39 |
| 4.2.3 Variabel <i>Cuopon</i> | 40 |
| 4.2.4 Variabel <i>Contiunuity Progam</i> | 41 |
| 4.2.5 Variabel Minat Beli | 42 |
| 4.3 Uji Validitas dan Reanilitas..... | 44 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 44 |
| 4.3.2 Uji Reabilitas | 45 |
| 4.4 Uji asumsi Klasik | 46 |
| 4.4.1 Uji Normalitas..... | 46 |
| 4.4.2 Uji Multikonilearitas..... | 47 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedatisitas | 48 |
| 4.5 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 49 |
| 4.6 Hasl Pengujian Hipotesis..... | 50 |
| 4.6.1 Hasil Uji T (Parsial)..... | 50 |
| 4.6.2 Hasil Uji F (Simultan) | 51 |
| 4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 52 |
| 4.7 Pembahasan | 52 |
| 4.7.1 Pengaruh Variabel <i>Discount</i> (X_1) Terhadap Minat Beli | 53 |
| 4.7.2 Pengaruh Variabel <i>Refund</i> (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)..... | 54 |
| 4.7.3 Pengaruh Variabel <i>Cuopon</i> (X_3) Terhadap Minat Beli (Y) | 55 |
| 4.7.4 Pengaruh Variabel <i>Continuity Progam</i> (X_4) Terhadap Minat Beli (Y)..... | 56 |
| 4.7.5 Pengaruh Variabel <i>Discount, Refund, Cuopon, dan Continuity Progam</i> (X_5) Terhadap Minat Beli (Y)..... | 57 |
| BAB V..... | 59 |
| PENUTUP..... | 59 |

| | |
|---|----|
| 5.1 Kesimpulan | 59 |
| 5.2 Saran | 60 |
| 5.2.1 Bagi Perusahaan OVO | 60 |
| 5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 63 |
| LAMPIRAN | 65 |

