

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kebermanfaatan, sistem informasi, dan promosi terhadap keputusan konsumen menggunakan *mobile money* pada aplikasi LinkAja. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan metode pendekatan kuantitatif, dengan data yang diolah menggunakan alat uji SPSS 16.0. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sample dengan sampling jenuh yang mengikutsertakan seluruh karyawan pada divisi *operation service desk* PT. Telkom Akses Surabaya sebanyak 37 responden. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang sudah diajukan, didapatkan hasil nilai koefisien regresi variabel kebermanfaatan sebesar 0,435, koefisien regresi variabel sistem informasi sebesar 0,287, dan koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,294. Nilai uji F dimana F hitung sebesar 107,621 > F tabel 3,28 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,59. Ini dapat diartikan bahwa variabel kebersamaan, sistem informasi, dan promosi secara simultan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi LinkAja. Berdasarkan hasil uji t variabel kebermanfaatan mendapat nilai sebesar 3,396 > t tabel 2,032, variabel sistem informasi sebesar 3,181 > t tabel 2,032, dan variabel promosi 2,671 > t tabel 2,032. Yang berarti bahwa variabel kebermanfaatan, sistem informasi, dan promosi secara parsial mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan aplikasi LinkAja. Dengan menggunakan uji SE (sumbangan efektif) diperoleh hasil variabel kebermanfaatan dengan nilai sebesar 40,2% sebagai variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan aplikasi LinkAja.

Kata Kunci: Kebermanfaatan, sistem informasi, promosi, keputusan konsumen, uang elektronik, LinkAja

ABSTRACT

The purpose of this study is to learn and analyze the influence of usefulness, information systems, and promotions on consumer decisions using mobile money in the LinkAja application. The analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with quantitative, the data that processed using test equipment SPSS 16.0. This study uses a sampling method with a saturated sample that includes all employees in the operations services division of PT. Telkom Akses Surabaya as many as 37 respondents. After testing the hypotheses that have been proposed, the results of the usefulness variable regression coefficient are 0.435, the information system variable regression coefficient is 0.287, and the promotional variable regression coefficient is 0.294. The value of the F test where F count is $107,621 > F$ table is 3.28 with a significance level of $0,000 < 0.59$. This can be interpreted as a variable togetherness, information systems, and promotions that influence consumer decisions in using the LinkAja application. Based on the results of the t-test the usefulness variable got a value of $3.396 > t$ table 2.032, information system variables amounted to $3.181 > t$ table 2.032, and promotion variable $2.671 > t$ table 2.032. This means the variable usefulness, information systems, and promotions that influence partially on consumer decisions using the LinkAja application. By using the SE test (effective contribution) obtained the results of the utilization of a variable with a value of 40.2% as the most dominant variable influencing consumer decisions using the LinkAja application.

Keywords : Usefulness, information systems, promotions, consumer decision, mobile money, electronic money, LinkAja