

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN DUMPET DIGITAL DANA PADA  
GENERASI Z DI SURABAYA**



**Diajukan Oleh :**

**Selvina Rosi Sahnur Laela**

**19012010015/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2023**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA PADA  
GENERASI Z DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan**

**Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**Selvina Rosi Sahnur Laela**  
**19012010015/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**  
**JAWA TIMUR**  
**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA PADA  
GENERASI Z DI SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**SELVINA ROSISAHNUR LAELA**  
**19012010015/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima Penguji Skripsi**  
**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal: 30 Mei 2023**

**Koordinator Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

**Dra. Ec. Nurlanti Takarini, M.Si**  
**NIP. 196508141991032001**

**Drs. Ec. Supriyono, M.M.**  
**NIP. 196106261988031001**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

## **SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Selvina Rosi Sahnur Laela  
NPM : 19012010015  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital DANA pada Generasi Z di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi Pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil Karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 30 Mei 2023

Yang Menyatakan



Selvina Rosi Sahnur Laela

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL DANA PADA GENERASI Z DI SURABAYA”**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi pada jurusan manajemen (S1). Selain itu tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memperoleh tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai bidang pemasaran secara praktis, serta untuk menerapkan dan juga membandingkan pengetahuan teoritis yang selamaini telah dipelajari di bangku kuliah dengan fakta yang ada di lapangan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik disebabkan adanya dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, sebagai Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si,CFP sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis FEB UPN “Veteran” Jatim.
3. Ibu Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M.Si., sebagai Kaprogdi Program Studi Manajemen FEB UPN “Veteran” Jatim.
4. Bapak Drs. Ec. Supriyono M.M, sebagai dosen pembimbing penulis atas bimbingan, saran, serta nasihat untuk kebaikan dankemajuan penelitian.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staf Karyawan FEB. Terima Kasih atas segala bantuan selama ini.
6. Orang tua serta keluarga besar yang sangat berjasa karena senantiasa memberikan dukungan moril serta materil kepada penulis.
7. Serta teman-teman dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan laporan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Amiin Ya Rabbal Alamin.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pemasaran .....	14
2.2.2 Kesadaran Merek .....	15
2.2.2.1 Indikator Kesadaran Merek .....	16
2.2.3 Citra Merek.....	18
2.2.3.1 Indikator Citra Merek.....	19
2.2.4 Keputusan Penggunaan .....	21
2.2.4.1 Indikator Keputusan Penggunaan .....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.3.1 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Penggunaan.....	23
2.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan .....	24
2.4 Kerangka Konseptual.....	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III .....	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.2 Teknik Pengukuran Variabel.....	31

3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.3.1 Populasi .....	32
3.3.2 Sampel .....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4.1 Jenis Data .....	33
3.4.2 Sumber Data .....	34
3.4.3 Metode Pengumpulan Data .....	34
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.5.1 Uji Validitas .....	35
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	35
3.6 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	36
3.6.1 Teknik Analisis .....	36
3.6.2 Cara Kerja PLS .....	37
3.6.3 Model Spesifikasi PLS .....	37
3.6.4 Langkah-Langkah PLS .....	38
3.6.5 Asumsi PLS .....	41
3.6.6 Ukuran Sampel .....	42
BAB IV .....	43
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.2 Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Karakteristik Responden .....	44
4.2.2 Deskripsi Variabel Kesadaran Merek .....	47
4.2.3 Deskripsi Variabel Citra Merek .....	49
4.2.4 Deskripsi Variabel Keputusan Penggunaan .....	51
4.3 Analisis Data .....	53
4.3.1 Evaluasi Uji Outlier .....	53
4.3.2 Interpretasi Hasil PLS .....	54
4.3.2.1 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator) .....	54
4.3.2.2 Analisis Model PLS .....	61
4.4 Pembahasan .....	65
4.4.1 Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.4.2 Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	66
BAB V .....	68
KESIMPULAN DAN SARAN .....	68



5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Mobile Wallet di Indonesia .....	3
Gambar 1. 2 Ulasan Pengguna Dompot Digital DANA .....	6
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness .....	16
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3. 1 Struktural PLS .....	38
Gambar 3. 2 Diagram Jalur Variabel .....	40
Gambar 4. 1 Gambar Outer Model dengan Factor Loading, Path Coefficient dan R-Square .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Metode Pembayaran E-Commerce .....	2
Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna <i>e-wallet</i> di Indonesia .....	4
Tabel 1. 3 Awareness dan Top of mind E-Money.....	5
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Variabel Kesadaran Merek .....	47
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	49
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan .....	51
Tabel 4. 6 Residuals Statistics <sup>a</sup> .....	54
Tabel 4. 7 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	55
Tabel 4. 8 Cross Loading .....	57
Tabel 4. 9 Average variance extracted (AVE) .....	58
Tabel 4. 10 Composite Reliability.....	59
Tabel 4. 11 Latent Variable Correlations.....	60
Tabel 4. 12 R-square .....	62
Tabel 4. 13 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values) .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	72
--------------------------------------	----

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNAAN DUMPET DIGITAL DANA PADA  
GENERASI Z DI SURABAYA**

**Oleh :**

**Selvina Rosi Sahnur Laela  
19012010015/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Merek berperan penting dalam memberikan kontribusi dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan. Salah satunya yaitu kesadaran merek dan citra merek yang merupakan aspek penting yang memengaruhi keputusan penggunaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kesadaran merek dan citra merek terhadap keputusan penggunaan dompet digital Dana pada Generasi Z di Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu generasi z di Surabaya. Sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik Convenience Sampling sebanyak 108 responden dan analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS). Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa 1) semakin tinggi kesadaran merek maka semakin tinggi keputusan penggunaan dompet digital DANA, 2) semakin baik citra merek semakin tinggi keputusan penggunaan dompet digital DANA.

**Kata Kunci : Citra Merek; Keputusan Penggunaan; Kesadaran Merek**