

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
DENGAN MODERATOR PROMOSI
(Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Investasi Online Bibit di
Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



**OLEH :
DILLA NURAMALIA
NIM : 112011309**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
DENGAN MODERATOR PROMOSI
(Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Investasi Online Bibit di
Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
DILLA NURAMALIA
NIM : 112011309

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

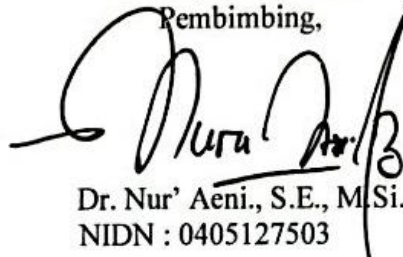
Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi :

Nama Mahasiswa : Dilla Nuramalia
NIM : 112011309
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan dengan Moderator Promosi (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Investasi Online Bibit di Kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 11 Juli 2024

Pembimbing,



Dr. Nur' Aeni., S.E., M.Si.
NIDN : 0405127503

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE, KEMUDAHAN, DAN
KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
DENGAN MODERATOR PROMOSI
(Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Investasi Online Bibit di
Kabupaten Bekasi)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Dilla Nuramalia
112011309

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada hari jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

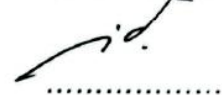
Ketua Penguji,
Dr. Surya Bintarti, S.E., M.M.
NIDN : 0423107203

Tanda Tangan



Anggota Penguji,
Primaraga Sumantri Indra Wicaksana, S.Pd., S.E., M.M.
NIDN : 0417119003

Tanda Tangan



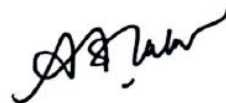
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc.
NIDN : 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN : 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dilla Nuramalia
NIM : 112011309
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidan dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang baerlaku.

Bekasi, 11 Juli 2024

Tanda Tangan



Dilla Nuramalia

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Habis Gelap Terbitlah Terang”

R.A Kartini

“Sukses itu harus melewati banyak proses bukan protes”

Merry Riana

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syafa'at Beliau selalu menyertai penulis, aamiin. Skripsi ini penulis mempersembahkan dengan penuh cinta kasih kepada :

1. Diri saya sendiri yang terus berusaha dengan baik menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua saya, Bapak Rudi Hartono dan Ibu Ida Novianti, terima kasih atas segala kasih sayang, doa dan dukungan yang selama ini terus diberikan. Setiap langkah yang diambil hingga saat ini tidak terlepas dari pengorbanan dan usaha kalian untuk memberikan yang terbaik. Sesungguhnya, harapan besar yang kalian titipkan menjadi dorongan kuat bagi saya untuk menyelesaikan pendidikan ini dengan sebaik mungkin.
3. Adik saya Delia Nasywa Andini, Nenek saya Enung Afiah dan seluruh keluarga besar yang senantiasa mendoakan yang terbaik.
4. Teman seperjuangan “Orange View” yang terus saling memberikan support dalam proses penyelesaian skripsi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Dengan Moderator Promosi (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Investasi Bibit di Kabupaten Bekasi). Penyusunan Tugas Akhir/Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih dan memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan sehingga dapat menyusun Tugas Akhir/Skripsi ini dengan lancar.
2. Ibu Dr. Nur'Aeni., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, meluangkan waktu, memberikan kemudahan dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir/skripsi ini.
3. Tim penguji, Ibu Dr. Surya Bintarti, S.E., M.M dan bapak Primaraga Sumantri Indra Wicaksana, S.Pd., S.E., M.M., terima kasih telah berkenan memberikan masukan untuk penyempurnaan naskah mulai dari gagasan awal tema penelitian hingga selesainya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc. dan Bapak Wachid Hasyim., S.E., M.M selaku ketua dan Sekertaris Program Studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Tugas Akhir/Skripsi.
5. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah

memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun material terhadap penulis.

6. Hamzah Muhammad M, S.K.M., M.M., D.B.A selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, memberi nasehat dan bersedia membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terimakasih atas diskusi, saran serta semangat yang diberikan.
9. Seluruh Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi ini
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran. Semoga Tugas Akhir/Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, 09 Juli 2024

Tanda Tangan

Dilla Nuramalia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Keputusan Penggunaan	12
2.1.2 Pengertian <i>Brand Image</i>	13
2.1.3 Pengertian Kemudahan.....	14
2.1.4 Pengertian Keamanan	15
2.1.5 Pengertian Promosi.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	16
2.3 Hipotesa dan Model Penelitian	23
2.3.1 Pengembangan Hipotesa	23
2.3.2 Model Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	355
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	355
3.1.1 Jenis Penelitian	355
3.1.2 Desain Penelitian	366
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	377
3.2.1 Definisi Operasional	377
3.2.2 Pengukuran Variabel	40
3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	40
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	41
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Metode Analisis Data.....	42

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	42
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan PT Bibit Tumbuh Bersama (Bibit).....	49
4.1.2 Hasil Analisis Data	52
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	82
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	151

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Celah Penelitian	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model.....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian	53
Tebel 4.2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Penggunaan	55
Tebel 4.3 Hasil Uji Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	57
Tebel 4.4 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemudahan.....	59
Tebel 4.5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Keamanan	61
Tebel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Promosi.....	63
Tabel 4.7 <i>Outer Loading</i> Keputusan Penggunaan (Y).....	66
Tabel 4.8 <i>Outer Loading Brand Image</i> (X1)	67
Tabel 4.9 <i>Outer Loading</i> Kemudahan (X2)	68
Tabel 4.10 <i>Outer Loading</i> Keamanan (X3)	69
Tabel 4.11 <i>Outer Loading</i> Promosi (Z).....	71
Tabel 4.12 <i>Cross Loading</i>	72
Tabel 4.13 <i>Average Variant Extracted</i>	73
Tabel 4.14 Construct Reliability dan Validity	74
Tabel 4.15 Uji Evaluasi <i>R-Square</i>	75
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Moderasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	32
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	36
Gambar 4.1 Aplikasi Bibit di Play Store dan App Store.....	50
Gambar 4.2 Tampilan Utama, Pembelian Produk Investasi dan Jenis Produk Investasi	50
Gambar 4.3 Tampilan Fitur Edukasi.....	51
Gambar 4.4 Hasil Uji SEM-PLS	65
Gambar 4.5 Hasil dari Bootstrapping.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Pengguna Platform Investasi Online.....	98
Lampiran 2. Mix Marketing	99
Lampiran 3. Mapping Jurnal	101
Lampiran 4. lembar Kuesioner.....	131
Lampiran 5. Hasil Kuesioner 100 Responden.....	136
Lampiran 6. Karakteristik Responden.....	144
Lampiran 7. Nilai T-Tabel	146
Lampiran 8. Hasil Olah Data	147
Lampiran 9. Hasil Turnitin.....	150

***EFFECT OF BRAND IMAGE, CONVENIENCE AND SECURITY AGAINST
USE DECISIONS WITH MODERATORS PROMOTION
(Case Study of Seed Online Investment Application Users in Districts Bekasi)***

Dilla Nuramalia ⁽¹⁾
Nur'Aeni ⁽²⁾

Abstract

Rapid technological advances provide almost unlimited access to products or services through social media, people tend to get everything easily and quickly, which ultimately influences consumer behavior. Data from Badan Pengawas Statistik (BPS) as of September 2021 shows that per capita expenditure on goods, clothing, and party events are quite high. One way to avoid consumer behavior is to invest in good financial management, which can now be done online anytime and anywhere. 2021 data show that Bibit as an online investment application is in first place with the most users. This research aims to test the brand image, convenience and security variable on usage decision with promotional moderators. Respondents in this study totaled 100 respondents with experience using the Bibit application in the Bekasi district area. Sampling in this research used a nonprobability sampling method with purposive sampling technique. This research was analyzed using regression analysis techniques, where the processing used SmartPLS3 software. This research proves 1) the brand image offered by Bibit can influence the level of usage decision; 2) the convenience offered by Bibit can influence the level of decision to use; 3) the security offered by Bibit can influence the level of usage decisions; 4) the brand image offered by seeds with promotion as moderation cannot influence usage decisions; 5) the convenience offered by seeds with promotion as moderation cannot influence the decision to use and 6) the security offered by seeds with promotion as moderation cannot influence the decision to use.

Key Word : Brand image, convenience, security, usage decisions, promotions

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DENGAN MODERATOR
PROMOSI
(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Investasi Online Bibit di Kabupaten
Bekasi)**

Dilla Nuramalia ⁽¹⁾
Nur'Aeni ⁽²⁾

ABSTRAK

Kemajuan teknologi yang pesat memberikan akses yang hampir tidak terbatas terhadap produk atau layanan melalui media sosial, masyarakat cenderung memperoleh segala sesuatu dengan mudah dan cepat, yang akhirnya mempengaruhi perilaku konsumtif. Data dari badan pusat statistik per September 2021 menunjukkan bahwa pengeluaran perkapita untuk barang, pakaian, dan acara pesta cukup tinggi. Salah satu cara menghindari perilaku konsumtif adalah dengan melakukan investasi untuk pengelolaan keuangan yang baik, yang kini bisa dilakukan secara online kapanpun dan dimanapun. Data 2021 menunjukkan bahwa Bibit sebagai aplikasi investasi online menempati urutan pertama dengan pengguna terbanyak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel *brand imege*, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan dengan moderator promosi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan pengalaman menggunakan aplikasi Bibit di wilayah kabupaten Bekasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini dianalisis menggunakan teknik analisis regresi, dimana dalam pengolahannya menggunakan Software SmartPLS3.

Penelitian ini membuktikan 1) *brand Image* yang ditawarkan Bibit dapat mempengaruhi tingkat keputusan penggunaan; 2) kemudahan yang ditawarkan Bibit dapat mempengaruhi tingkat keputusan penggunaan; 3) keamanan yang ditawarkan Bibit dapat mempengaruhi tingkat keputusan penggunaan; 4) *brand image* yang ditawarkan bibit dengan dengan promosi sebagai moderasi tidak dapat mempengaruhi keputusan penggunaan; 5) kemudahan yang ditawarkan bibit dengan dengan promosi sebagai moderasi tidak dapat mempengaruhi keputusan penggunaan dan 6) keamanan yang ditawarkan bibit dengan dengan promosi sebagai moderasi tidak dapat mempengaruhi keputusan penggunaan.

Kata Kunci : *Brand image*, kemudahan, keamanan, keputusan penggunaan, promosi