

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pendapatan per bulan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden

		JenisKelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	64	53.8	53.8	53.8
	Perempuan	55	46.2	46.2	100.0
Total		119	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.1. diketahui bahwa responden pada penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki yaitu 64 orang atau 53.8% dan sisanya 55 orang atau 46.2% adalah perempuan. Jadi pada penelitian ini mayoritas responden penelitian adalah laki-laki dan mereka penuh dengan kesibukan sehingga lebih sering menggunakan dompet digital DANA.

Tabel 4.2. Usia Responden

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 Tahun	24	20.2	20.2	20.2
	25 - 30 Tahun	66	55.5	55.5	75.6
	31 - 35 Tahun	26	21.8	21.8	97.5
	36 - 40 Tahun	3	2.5	2.5	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel 4.2. diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah berusia antara 25-30 tahun yaitu ada 66 orang atau 55.5%, dan pada urutan kedua adalah mereka yang berusia antara 31-35 tahun yaitu ada 26 orang atau 21.8%, dan mereka yang berusia kurang dari 25 tahun ada 24 orang atau 20.2%, serta hanya 3 orang yang berusia 36-40 tahun 2.5%. Jadi pada penelitian ini respondennya mayoritas berusia produktif karena berada pada rentang usia antara 25-30 tahun sehingga mereka sering menggunakan dompet digital DANA.

Tabel 4.3. Pendidikan Responden

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3	36	30.3	30.3	30.3
	SMA	25	21.0	21.0	51.3
	Strata 1	52	43.7	43.7	95.0
	Strata 2	6	5.0	5.0	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3. diketahui bahwa responden pada penelitian ini mayoritas berpendidikan S1 yaitu ada 52 orang atau 43.7% dan mereka yang berpendidikan D3 ada 36 orang atau 30.3% serta berpendidikan SMA ada 25 orang atau 21% serta sisanya 6 orang adalah S2 atau 5% saja. Jadi pada penelitian ini mayoritas responden berpendidikan S1 artinya sebagian besar responden pada penelitian ini memiliki pendidikan yang memadai.

Tabel 4.4. Pendapatan per bulan Responden

Pendapatan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 3 Juta	20	16.8	16.8
	3 - 5 Juta	59	49.6	66.4
	6 - 8 Juta	39	32.8	99.2
	9 - 10 Juta	1	.8	100.0
	Total	119	100.0	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memiliki pendapatan per bulan Rp 3-5 juta per bulan yaitu ada 59 orang atau 49.6% dan pada urutan kedua adalah mereka yang memiliki pendapatan per bulan yaitu antara Rp 6-8 juta per bulan yaitu ada 39 orang 32.8% dan mereka yang berpendapatan dibawah Rp 3 juta per bulan ada 20 orang atau 16.8% serta hanya 1 orang yang berpendapatan Rp 9-10 juta per bulan. Jadi pada penelitian ini mayoritas responden berpendapatan antara Rp 3 juta hingga 5 juta, artinya sebagian besar responden pada penelitian ini memiliki penghasilan yang memadai

4.2. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel 4.5. Uji Validitas Variabel Iklan

No. Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	0.308	0,181	Valid
X2	0.223	0,181	Valid
X3	0.260	0,181	Valid
X4	0.213	0,181	Valid
X5	0.210	0,181	Valid
X6	0.385	0,181	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel 4.5. diketahui bahwa nilai r hitung $>$ r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel iklan ini dapat dikatakan valid. Kemudian berikutnya adalah hasil pengujian validitas untuk variabel keputusan penggunaan:

Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan

No. Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.250	0,181	Valid
Y2	0.205	0,181	Valid
Y3	0.215	0,181	Valid
Y4	0.225	0,181	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel 4.6. diketahui bahwa nilai r hitung $>$ r tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel keputusan penggunaan ini dapat dikatakan valid.

Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Iklan	0,740	Reliabel
Keputusan penggunaan	0,788	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Dilihat dari tabel 4.7. dapat diketahui bahwa untuk masing-masing variabel pada penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar daripada 0,6 sehingga dikatakan reliabel.

4.3. Tanggapan Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi jawaban dengan mencari nilai *mean* dari jawaban responden untuk masing-masing pernyataan dengan menggunakan skala *likert* dalam kuesioner penelitian. Analisis deskriptif juga dapat membantu peneliti dalam mengetahui respon dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam kuesioner yang disebar. Dalam menentukan rentang skala, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{range} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{range skor}}$$

$$\text{range} = 4 - 1 / 3$$

$$\text{range} = 1$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa interval kelas adalah 1, sehingga kriteria penilaian rata-rata atau *mean* jawaban responden terbagi dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8. Kategori Mean dari Skor Interval

Rentang Skala	Kategori
1,00 – 2,00	Rendah
2,01 – 3,00	Sedang
3,01 – 4,00	Tinggi

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil tanggapan responden tentang variabel iklan:

4.3.1. Tanggapan Responden Variabel Iklan

Tanggapan reponden mengenai variabel iklan :

Tabel 4.9. Tanggapan Responden tentang Iklan

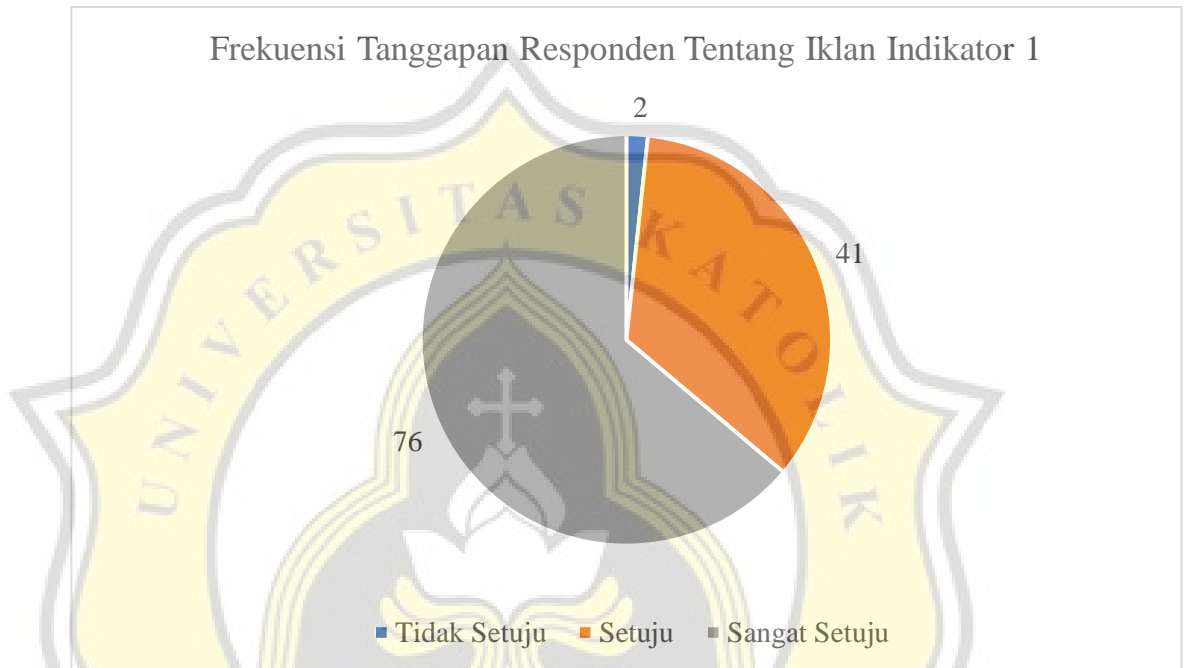
No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Pesan pada Iklan DANA menarik perhatian saya	3.62	Tinggi
2	Frekuensi penayangan iklan DANA yang intens menarik perhatian saya	3.32	Tinggi
3	Informasi melalui iklan yang disampaikan oleh DANA dapat dijangkau oleh semua orang.	3.45	Tinggi
4	Saya merasa yakin untuk menggunakan DANA setelah melihat iklannya	3.47	Tinggi
5	Pesan pada iklan DANA mudah dipahami	3.53	Tinggi
6	Setelah melihat iklan DANA saya tertarik untuk menggunakannya.	3.44	Tinggi
	Rata-rata:	3.47	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa rata-rata jawaban responden tentang iklan termasuk kategori tinggi, artinya responden pada penelitian ini berpendapat bahwa pesan pada iklan DANA menarik perhatian, frekuensinya juga intens, informasinya baik, dan responden juga merasa yakin menggunakan DANA setelah melihat iklannya, pesan pada iklan DANA mudah dipahami, serta responden juga tertarik menggunakan setelah melihat iklan DANA. Dilihat dari nilai rata-rata tertingginya yaitu 3.62 artinya menurut responden merasa pesan dari iklan DANA itu sudah menarik. Sedangkan dilihat dari nilai terendahnya sebesar 3.32 artinya menurut responden frekuensinya masih kurang intens, maka perlu untuk lebih intens dalam beriklan dimasa mendatang.

4.3.1.1. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan Pada Indikator 1

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Pesan pada Iklan DANA menarik perhatian saya” adalah:



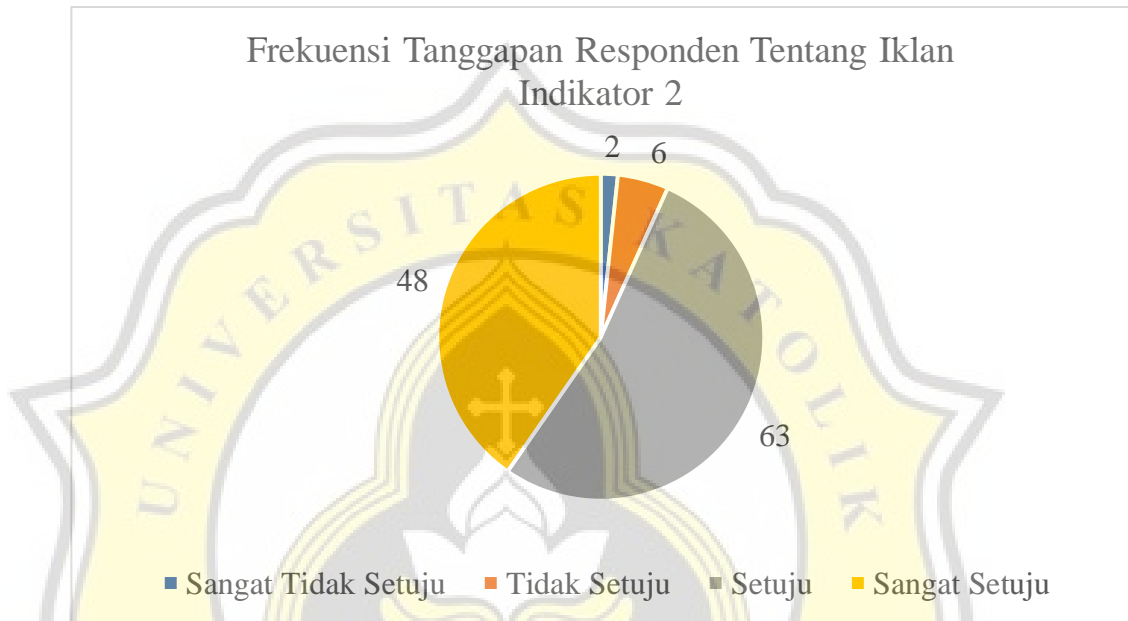
Gambar 4.1. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 1

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 2 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 41 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 76 orang. Artinya mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan pesan pada iklan DANA menarik perhatian.

4.3.1.2. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan Pada Indikator 2

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Frekuensi penayangan iklan DANA yang intens menarik perhatian saya” adalah:



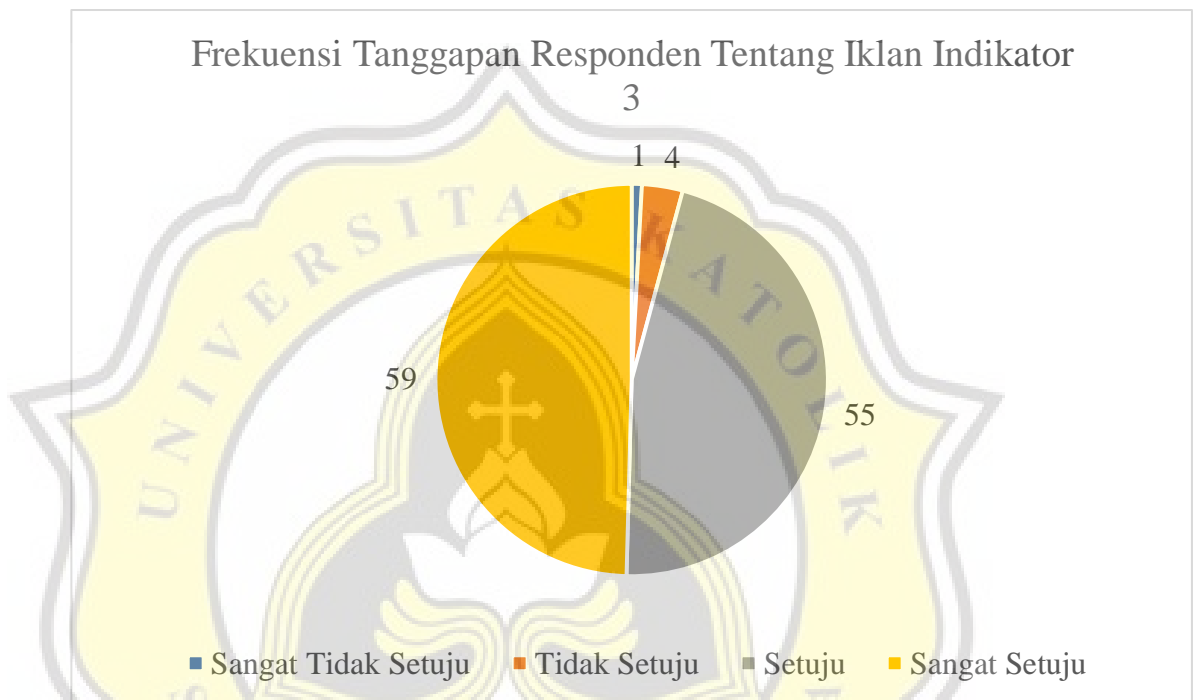
Gambar 4.2. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 2

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju adalah sebanyak 2 orang, lalu responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 6 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 63 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 48 orang. Artinya mayoritas responden setuju dengan pernyataan frekuensi penayangan iklan DANA yang intens menarik perhatian saya.

4.3.1.3. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan Pada Indikator 3

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Informasi melalui iklan yang disampaikan oleh DANA dapat dijangkau oleh semua orang” adalah:



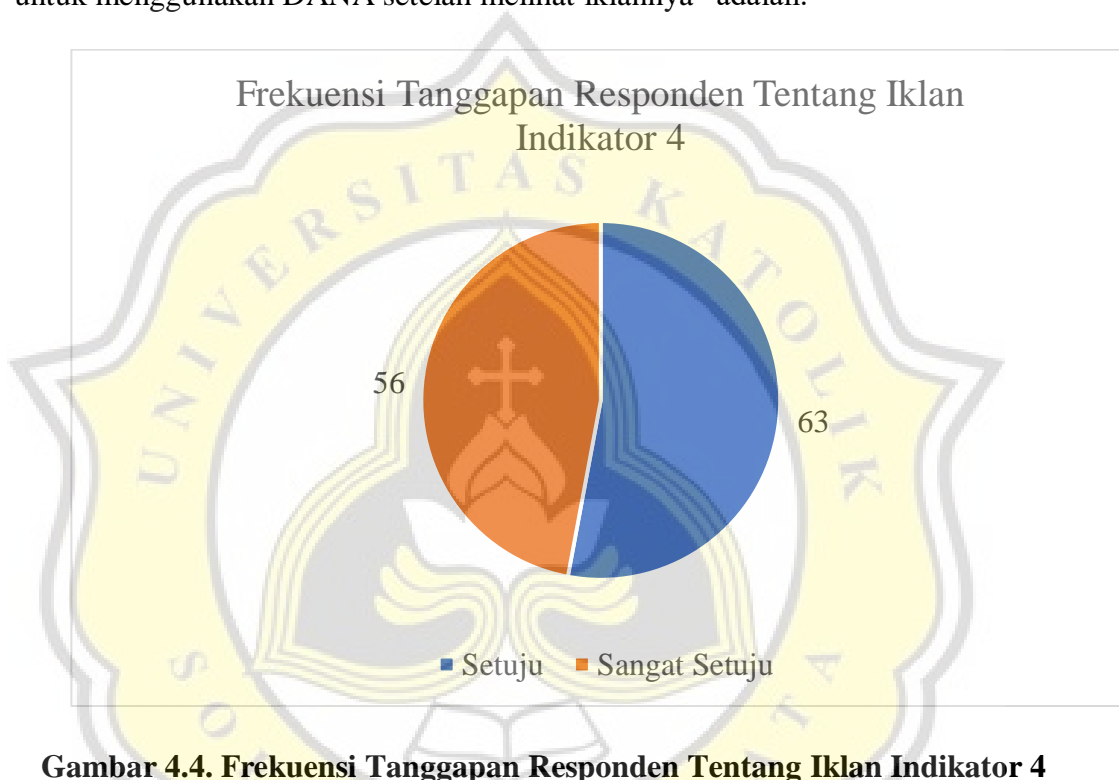
Gambar 4.3. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 3

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju adalah sebanyak 1 orang, lalu responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 4 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 55 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 59 orang. Artinya mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan informasi melalui iklan yang disampaikan oleh DANA dapat dijangkau oleh semua orang.

4.3.1.4. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan Pada Indikator 4

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Saya merasa yakin untuk menggunakan DANA setelah melihat iklannya” adalah:



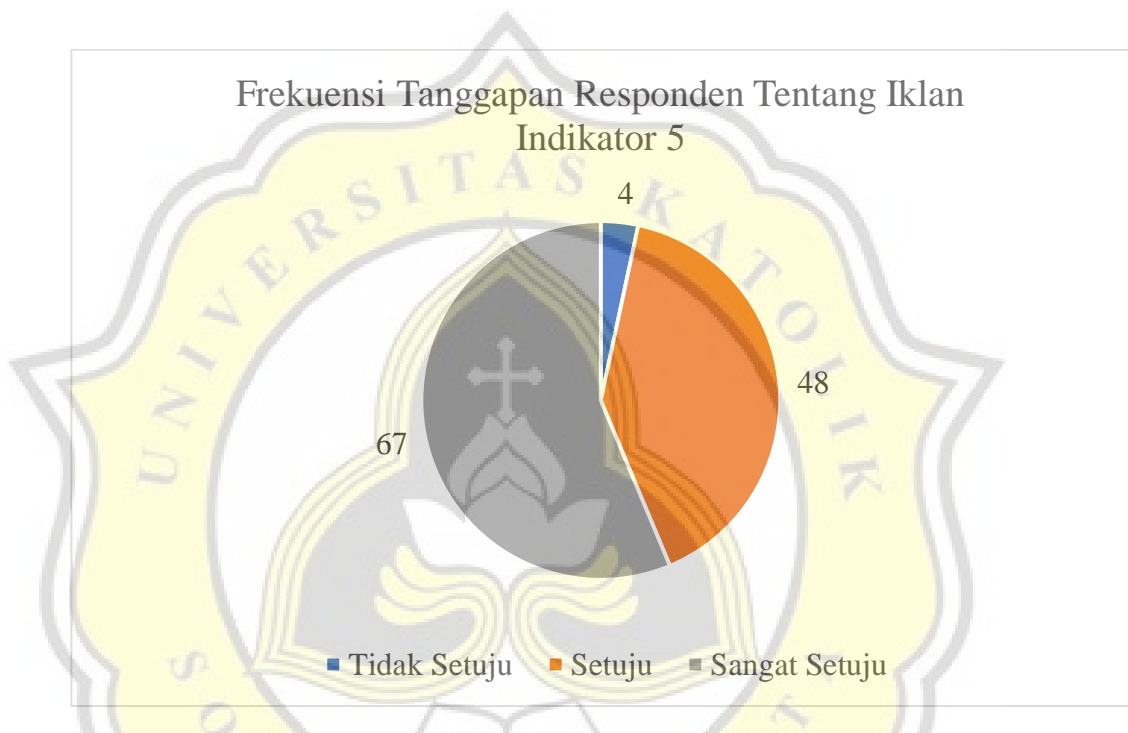
Gambar 4.4. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 4

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab menjawab Setuju adalah sebanyak 63 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 56 orang. Artinya mayoritas responden Setuju dengan pernyataan bahwa responden merasa yakin untuk menggunakan DANA setelah melihat iklannya.

4.3.1.5. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan Pada Indikator 5

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Pesan pada iklan DANA mudah dipahami” adalah:



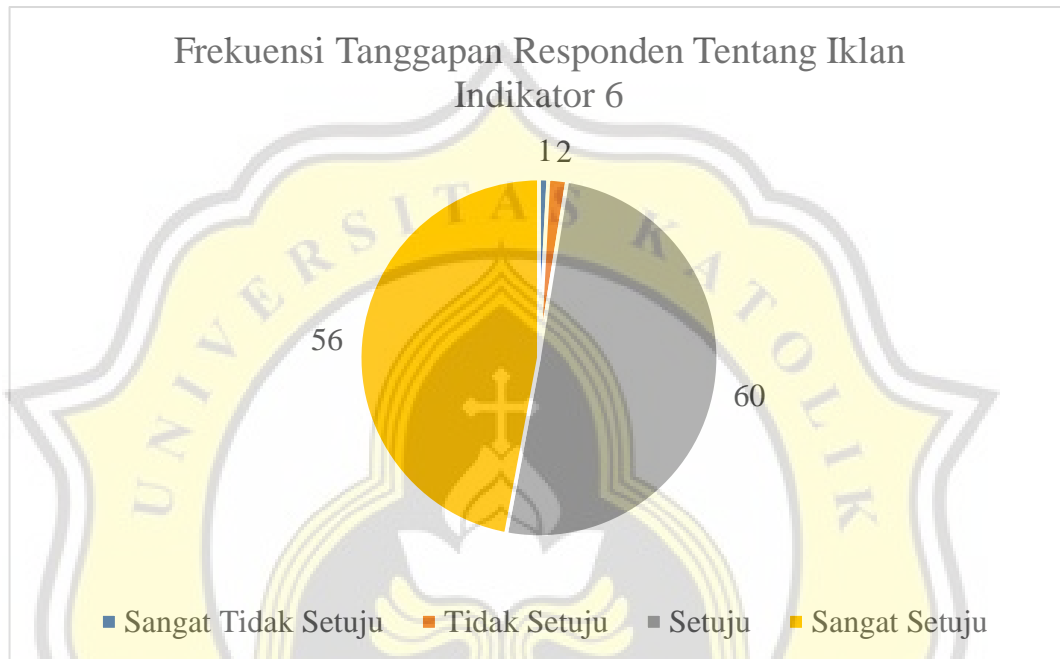
Gambar 4.5. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 5

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 4 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 48 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 67 orang. Artinya mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa pesan pada iklan DANA mudah dipahami.

4.3.1.6. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Iklan Pada Indikator 6

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Setelah melihat iklan DANA saya tertarik untuk menggunakannya” adalah:



Gambar 4.6. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Iklan Indikator 6

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju adalah sebanyak 1 orang, lalu responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 2 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 60 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 56 orang. Artinya mayoritas responden setuju dengan pernyataan setelah melihat iklan DANA saya tertarik untuk menggunakannya.

4.3.2. Tanggapan Responden Variabel Keputusan Penggunaan

Tanggapan responden mengenai variabel keputusan penggunaan:

Tabel 4.10. Tanggapan Responden tentang Keputusan Penggunaan

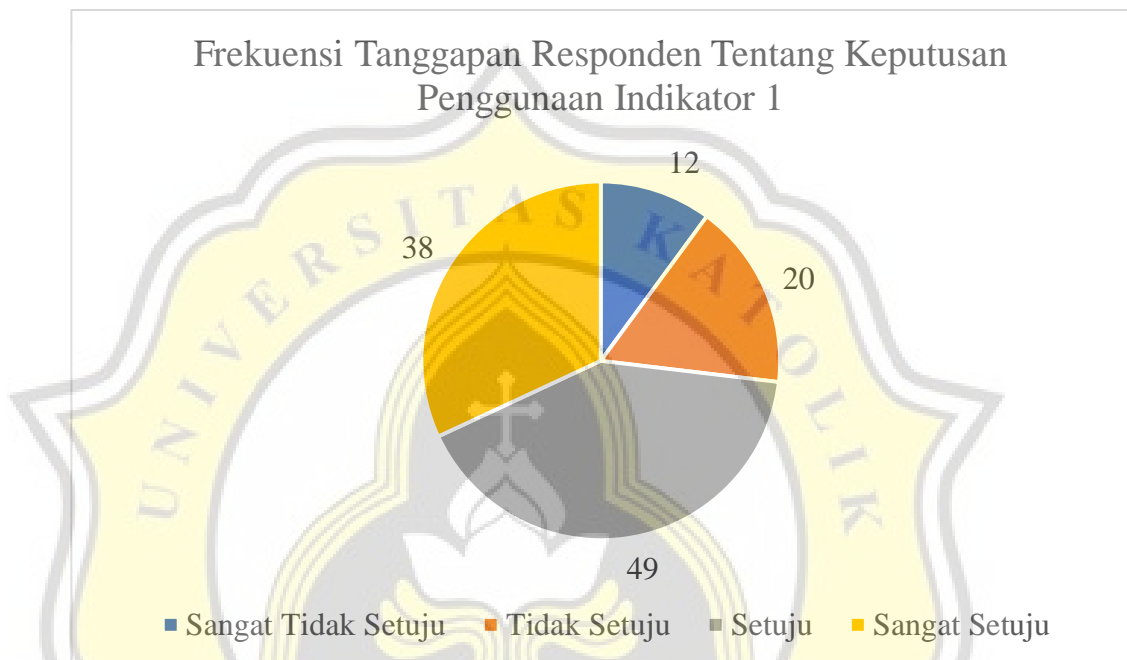
No	Pertanyaan	Rata-rata	Kategori
1	Saya lebih suka menggunakan DANA daripada aplikasi e-wallet lainnya	2.95	Sedang
2	Saya tertarik untuk merekomendasikan aplikasi DANA kepada teman saya.	3.34	Tinggi
3	Saya lebih memilih menggunakan aplikasi DANA sebagai aplikasi e-wallet untuk kebutuhan saya	3.35	Tinggi
4	Saya selalu mencari informasi tentang produk dari aplikasi DANA seperti promo yang ditawarkan	3.33	Tinggi
	Rata-rata:	3.24	Tinggi

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa rata-rata jawaban responden tentang keputusan penggunaan termasuk kategori tinggi, artinya responden pada penelitian ini berpendapat bahwa mereka cukup suka menggunakan DANA daripada aplikasi lain, mencari informasi tentang produk DANA, dan tertarik untuk merekomendasikan dompet digital DANA kepada teman. Jadi dilihat dari nilai terendahnya sebesar 2.95 artinya responden pada penelitian ini masih kurang suka menggunakan DANA daripada aplikasi *E-Wallet* lainnya sehingga pihak DANA harus lebih banyak atau lebih intens lagi menayangkan iklan sehingga lebih menarik dimata calon penggunanya. Sedangkan dilihat dari nilai tertingginya yaitu sebesar 3.35 artinya responden pada penelitian ini lebih memilih menggunakan aplikasi DANA sebagai aplikasi *E-Wallet* untuk kebutuhannya.

4.3.2.1. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Penggunaan Pada Indikator 1

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Saya lebih suka menggunakan DANA daripada aplikasi e-wallet lainnya” adalah:



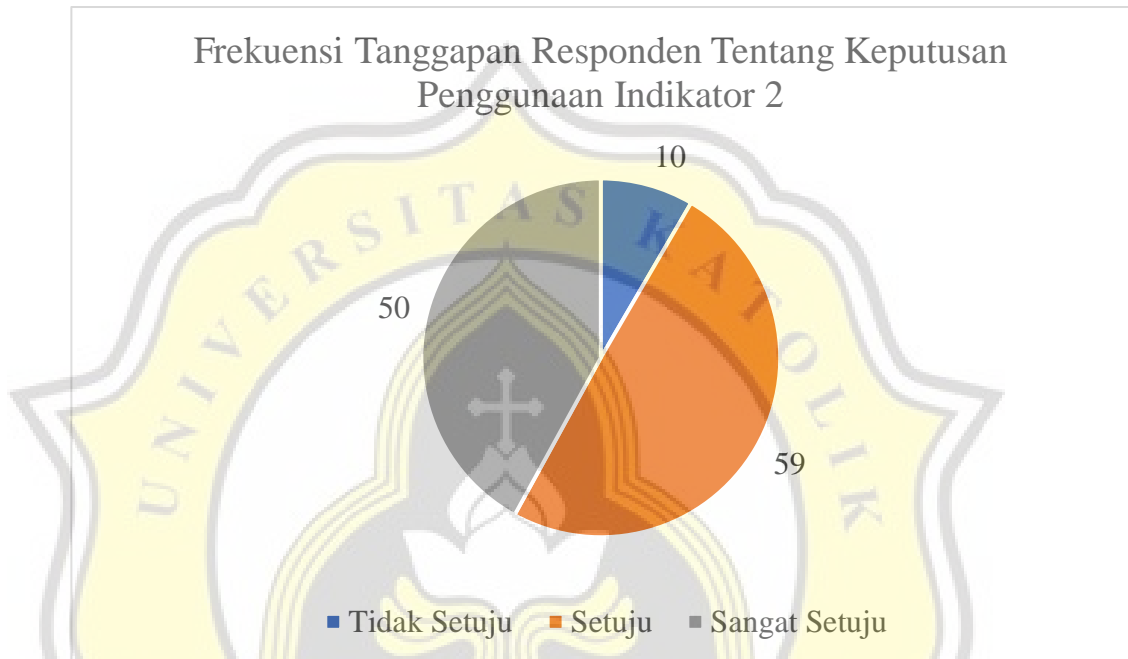
Gambar 4.7. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 1

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju adalah sebanyak 12 orang, lalu responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 20 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 49 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 38 orang. Artinya mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka lebih suka menggunakan DANA daripada aplikasi *E-Wallet* lainnya.

4.3.2.2. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Penggunaan pada indikator 2

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Saya tertarik untuk merekomendasikan aplikasi DANA kepada teman saya” adalah:



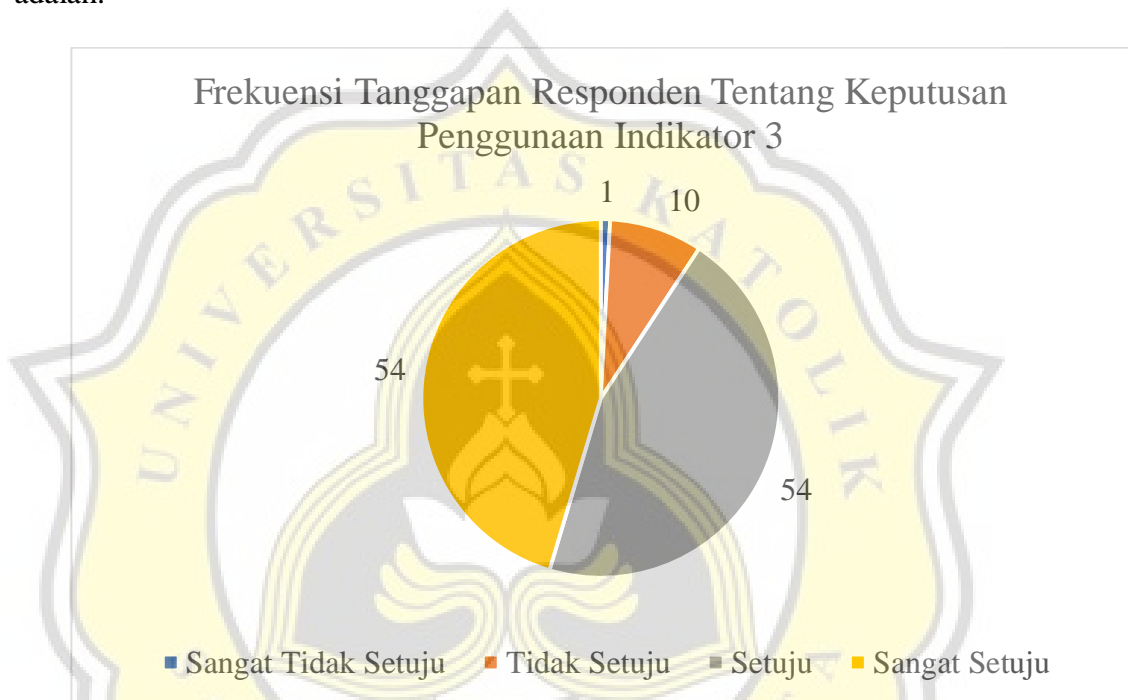
Gambar 4.8. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 2

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 10 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 59 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 50 orang. Artinya mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa mereka tertarik untuk merekomendasikan aplikasi DANA kepada teman saya.

4.3.2.3. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Penggunaan Pada Indikator 3

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Saya lebih memilih menggunakan aplikasi DANA sebagai aplikasi e-wallet untuk kebutuhan saya” adalah:



Gambar 4.9. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 3

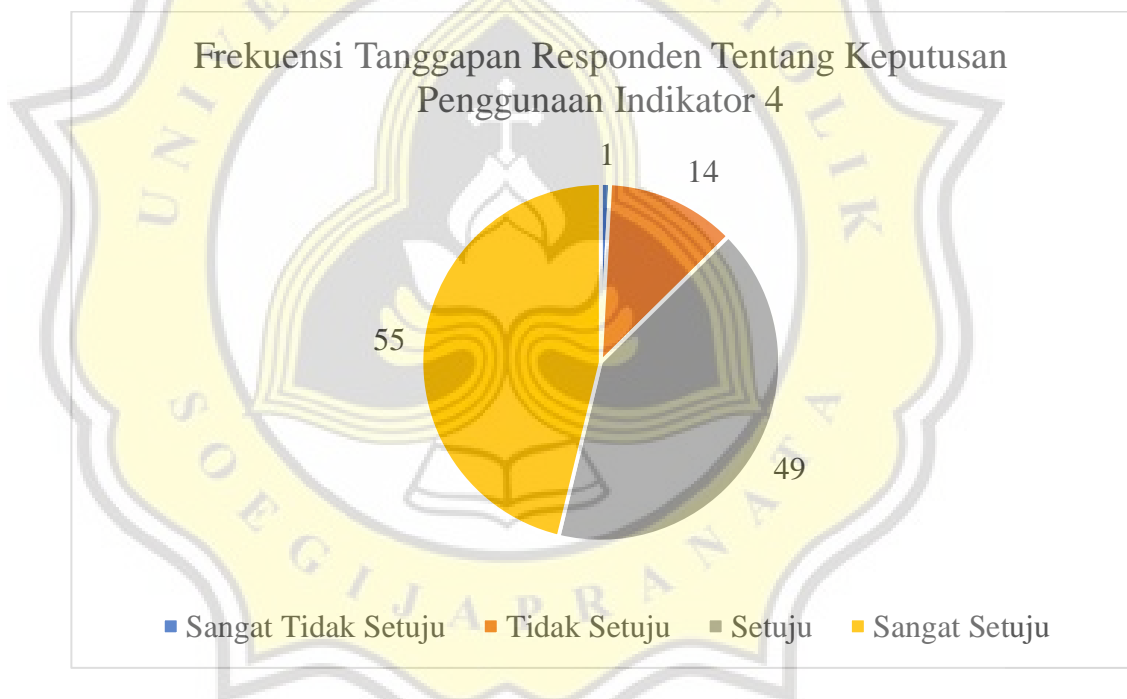
Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju adalah sebanyak 1 orang, lalu responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 10 orang, lalu responden yang menjawab Setuju adalah sebanyak 54 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 54 orang. Artinya mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan

bahwa mereka lebih memilih menggunakan aplikasi DANA sebagai aplikasi *E-Wallet* untuk kebutuhan mereka.

4.3.2.4. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Variabel Keputusan Penggunaan Pada Indikator 4

Frekuensi tanggapan responden pada pernyataan: “Saya selalu mencari informasi tentang produk dari aplikasi DANA seperti promo yang ditawarkan” adalah:



Gambar 4.10. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Penggunaan Indikator 4

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan grafik di atas diketahui bahwa responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju adalah sebanyak 1 orang, lalu responden yang menjawab Tidak Setuju adalah sebanyak 14 orang, lalu responden yang menjawab Setuju

adalah sebanyak 49 orang dan responden yang menjawab Sangat Setuju adalah sebanyak 55 orang. Artinya mayoritas responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa mereka selalu mencari informasi tentang produk dari aplikasi DANA seperti promo yang ditawarkan.

4.4. Deskripsi Variabel

4.4.1 Penjabaran Variabel Iklan

Tabel 4.11. Hasil Jawaban Responden Variabel Iklan

No	Pernyataan	Skor				Mean
		STS	TS	S	SS	
1	Pesan pada Iklan DANA menarik perhatian saya	0,0%	1,7%	34,5%	63,9%	3,62
2	Frekuensi penayangan iklan DANA yang intens menarik perhatian saya	1,7%	5,0%	52,9%	40,3%	3,32
3	Informasi melalui iklan yang disampaikan oleh DANA dapat dijangkau oleh semua orang.	0,8%	3,4%	46,2%	49,6%	3,45
4	Saya merasa yakin untuk menggunakan DANA setelah melihat iklannya	0,0%	0,0%	52,9%	47,1%	3,47
5	Pesan pada iklan DANA mudah dipahami	0,0%	3,4%	40,3%	56,3%	3,53
6	Setelah melihat iklan DANA saya tertarik untuk menggunakannya.	0,8%	1,7%	50,4%	47,1%	3,44
						3,47

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.11. diketahui bahwa setiap pertanyaan mendapatkan respon yang positif dari responden. Pada pernyataan nomor 1 yang mana pesan pada iklan DANA menarik perhatian responden mendapatkan skor sebesar 63,9%

dengan mayoritas responden menjawab sangat setuju. Yang artinya bahwa pesan yang coba disampaikan oleh pihak DANA dalam iklan Bebas Drama ditelevisi menarik perhatian penonton.

Pada pernyataan nomor 2 yang mana frekuensi penayangan iklan DANA yang intens menarik perhatian responden. Mayoritas responden memberikan respon setuju, hal ini ditunjukkan dengan skor 52,9%. Yang artinya dengan sering munculnya iklan DANA Bebas Drama ditelevisi, membuat ketertarikan dari penonton.

Pada pernyataan nomor 3 yang mana informasi melalui iklan yang disampaikan oleh DANA dapat dijangkau oleh semua orang, mendapatkan skor sebesar 49,6% dengan mayoritas responden menjawab sangat setuju. Yang artinya iklan DANA Bebas Drama ditelevisi dapat dilihat oleh semua kalangan.

Pada pernyataan nomor 4 yang mana responden merasa yakin untuk menggunakan DANA setelah melihat iklannya, mendapatkan skor sebesar 52,9% dengan mayoritas responden menjawab setuju. Yang artinya dengan melihat iklan DANA Bebas Drama ditelevisi membuat penonton merasa yakin untuk menggunakan dompet digital DANA.

Pada pernyataan nomor 5 yang mana pesan pada iklan DANA mudah dipahami, mendapatkan skor sebesar 56,3% dengan mayoritas responden menjawab sangat setuju. Yang artinya pesan yang coba disampaikan oleh DANA melalui iklan Bebas Drama ditelevisi dapat dipahami oleh penonton.

Pada pernyataan nomor 6 yang mana setelah melihat iklan DANA saya tertarik untuk menggunakannya, mendapatkan skor sebesar 50,4% dengan

mayoritas responden menjawab setuju. Yang artinya setelah penonton melihat iklan DANA Bebas Drama di televisi, mereka jadi tertarik untuk menggunakan dompet digital DANA.

4.4.2 Penjabaran Variabel Keputusan Penggunaan

Tabel 4.12. Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Penggunaan

No	Pernyataan	Skor				Mean
		STS	TS	S	SS	
1	Saya lebih suka menggunakan DANA daripada aplikasi e-wallet lainnya	10,1%	16,8%	41,2%	31,9%	2,95
2	Saya tertarik untuk merekomendasikan aplikasi DANA kepada teman saya.	0,0%	8,4%	49,6%	42,0%	3,34
3	Saya lebih memilih menggunakan aplikasi DANA sebagai aplikasi e-wallet untuk kebutuhan saya	0,8%	8,4%	45,4%	45,4%	3,35
4	Saya selalu mencari informasi tentang produk dari aplikasi DANA seperti promo yang ditawarkan	0,8%	11,8%	41,2%	46,2%	3,33
						3,24

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.12. diketahui bahwa setiap pertanyaan mendapatkan respon yang positif dari responden. Pada pernyataan nomor 1 yang mana responden lebih suka menggunakan DANA daripada aplikasi *E-Wallet* lainnya, mendapatkan skor sebesar 41,2% dengan mayoritas responden menjawab setuju. Yang artinya penonton suka menggunakan DANA namun masuk ke dalam kategori sedang, sehingga meskipun penonton suka menggunakan DANA namun mereka juga menggunakan *E-Wallet* lainnya.

Pada pernyataan nomor 2 yang mana responden tertarik untuk merekomendasikan aplikasi DANA kepada teman, mendapatkan skor sebesar 49,6% dengan mayoritas responden menjawab setuju. Yang artinya penonton tertarik merekomendasikan aplikasi DANA kepada teman atau kerabat setelah menggunakannya.

Pada pernyataan nomor 3 yang mana responden lebih memilih menggunakan aplikasi DANA sebagai aplikasi *E-Wallet* untuk kebutuhan responden, mendapatkan skor sebesar 45,4% dengan mayoritas responden menjawab setuju dan sangat setuju. Yang artinya penonton menggunakan DANA sebagai *E-Wallet* utama mereka.

Pada pernyataan nomor 4 yang mana responden selalu mencari informasi tentang produk dari aplikasi DANA seperti promo yang ditawarkan, mendapatkan skor sebesar 46,2% dengan mayoritas responden menjawab sangat setuju. Yang artinya penonton selalu mencari keuntungan dalam menggunakan DANA dengan mencari informasi produk seperti promo yang ditawarkan DANA.

4.5. Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		119
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	12.9663866
	Std. Deviation	.55965146
Most Extreme Differences	Absolute	.222
	Positive	.154
	Negative	-.222
Test Statistic		.222
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel 4.13. diketahui bahwa hasil pengujian untuk normalitas dapat dilihat dari nilai *Kolmogorof-Smirnov sig.* sebesar $0,082 > 0,05$ dapat dikatakan bahwa data ini berdistribusi normal.

4.6. Uji F

Tabel 4.14. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,959	1	36,959	14,467	,000 ^b
	Residual	298,907	117	2,555		
	Total	335,866	118			

a. Dependent Variable: KeputusanPenggunaan

b. Predictors: (Constant), Iklan

Sumber : Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel 4.14 tersebut diketahui bahwa nilai sig.F sebesar $0.000 < 0,05$ yang artinya model fit.

4.6. Hasil Uji Regresi

Tabel 4.15. Hasil Uji Regresi (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.173	1.792		3.445	.001
	Iklan	.326	.086	.332	3.804	.000

a. Dependent Variable: KeputusanPenggunaan

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

4.7. Pengujian Hipotesis

Dari tabel 4.15. diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel iklan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien sebesar 0,326 sehingga artinya hipotesis alternatif pada penelitian ini diterima. Jadi terdapat pengaruh positif antara iklan terhadap keputusan penggunaan DANA. Artinya, semakin sering intensitas iklan DANA bebas drama di televisi dilihat oleh konsumen, maka akan berdampak pada semakin meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakan aplikasi DANA. DANA menggunakan televisi sebagai media iklan, hal ini bertujuan untuk menjangkau semua kalangan masyarakat mengingat televisi hampir dimiliki oleh semua kalangan.

4.8. Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil dari jawaban responden yang telah didapat, diketahui bahwa variabel iklan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dimana yang dimaksud adalah iklan DANA Bebas Drama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi di Kota Semarang. Dengan masing-masing indikator iklan

yaitu *Attention, Interest, Desire, Conviction, Decision, Action* atau AIDCDA memiliki hubungan yang searah terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA. Hal ini memiliki arti dimana setiap terjadinya peningkatan pada faktor menarik, minat, keinginan, keyakinan, keputusan, dan aksi setelah melihat iklan DANA Bebas Drama di televisi maka akan meningkatkan minat penonton untuk memutuskan menggunakan DANA. Maka dari itu agar perusahaan dapat berhasil meningkatkan jumlah penggunanya, perusahaan perlu untuk mengiklankan produk atau layanan mereka kepada khalayak salah satunya dengan media televisi. Dengan beriklan di televisi diharapkan penonton tertarik untuk menggunakan produk atau layanan mereka setelah melihat iklan tersebut di televisi.

