

**PENGARUH PROMOSI DAN POTONGAN HARGA
BERBASIS PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN DIGITAL
PAYMENT GATEWAY
(Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Oleh :

**Rindy Aprilia
NPM : 1951020194**



Program Studi : Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445H/ 2024M**

**PENGARUH PROMOSI DAN POTONGAN HARGA
BERBASIS PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN DIGITAL PAYMENT GATEWAY
(Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh :

Rindy Aprilia

NPM : 1951020194

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.

Pembimbing II : Yeni Susanti, M.A.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

1445H/ 2024M

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi saat ini adalah tingginya biaya promosi sehingga membuat para pebisnis berusaha untuk mencari alternatif lain dalam melakukan promosi yang lebih efektif dan efisien. Maka dari itu, salah satu cara promosi yang efektif di era digital saat ini salah satunya adalah melalui pengguna digital payment gateway. Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain (1) Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan Payment Gateway pada?, (2) Bagaimana pengaruh potongan harga terhadap keputusan penggunaan Payment Gateway pada?, (3) Bagaimana pengaruh promosi dan potongan harga terhadap keputusan penggunaan Payment Gateway?, (4) Bagaimana promosi dan potongan harga terhadap keputusan penggunaan Payment Gateway menurut perspektif ekonomi Islam?

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, menggunakan penelitian lapangan (field research). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung pengguna digital payment gateway. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang didapat melalui perhitungan rumus lemeshow. Teknik analisis data menggunakan SPSS 29.

Hasil penelitian ini ialah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway masyarakat Kota Bandar Lampung yang dibuktikan dari hasil uji t sebesar $8,069 > 1,984$. Sedangkan potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway masyarakat Kota Bandar Lampung yang dibuktikan dari hasil uji t sebesar $3,621 > 1,984$. Selanjutnya, Promosi dan potongan harga secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan penggunaan digital payment gateway masyarakat Kota Bandar Lampung. yang dibuktikan dari hasil uji f diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $202,537 > F_{tabel}$ 3,09. Dalam perspektif ekonomi islam. Promosi dan potongan harga terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway masyarakat kota Bandar Lampung sudah mematuhi prinsip-prinsip syariah islam.

Kata Kunci : Promosi, Potongan Harga, Digital Payment Gateway

ABSTRACT

The phenomenon that is happening today is the high cost of promotion, so that businessmen are trying to find other alternatives in doing promotions that are more effective and efficient. Therefore, one of the effective ways of promotion in today's digital era is through digital payment gateway users. The formulation of the problems in this study includes (1) How does promotion affect the decision to use Payment Gateway on?, (2) How does the discount affect the decision to use Payment Gateway on?, (3) How does promotion and discount affect the decision to use Payment Gateway?, (4) How does promotion and discount affect the decision to use Payment Gateway from the perspective of Islamic economics?

This study uses a quantitative method, using field research. The population in this research is the people of Bandar Lampung who use digital payment gateways. The number of samples in this study was 100 respondents obtained through the calculation of the Lemeshow formula. Data analysis techniques using SPSS 29.

The results of this study are that promotion has a significant effect on the decision to use digital payment gateways for the people of Bandar Lampung City, as evidenced by the results of the t-test of $8,069 > 1,984$. Meanwhile, the discount has a significant effect on the decision to use the digital payment gateway of the people of Bandar Lampung City, as evidenced by the results of the t-test of $3,621 > 1,984$. Furthermore, promotions and discounts simultaneously affect the dependent variables of the decision to use digital payment gateways for the people of Bandar Lampung City. as evidenced by the results of the F test, it is known that the significance value for the influence of X1 and X2 together on Y is $0.001 < 0.05$ and the Fcal value is $202.537 > F_{table} 3.09$. In the perspective of Islamic economics. Promotions and discounts on the decision to use digital payment gateways for the people of Bandar Lampung city have complied with Islamic sharia principles.

Keywords: Promotion, Discount, Digital Payment Gateway



**KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

Jl. Letkol. H. Endro Suratmin I, Sukarame, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703531

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Rindy Aprilia
NPM : 1951020194
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Potongan Harga Berbasis Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Gateway (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujukan atau disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, April 2024

Penulis



Rindy Aprilia

NPM. 1951020194



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Potongan Harga Berbasis Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Gateway (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung
Nama : Rindy Aprilia
NPM : 1951020194
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy
NIP. 198208082011012009

Yeni, Susanti, M.A
NIP. 198409222023212028

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Any Eliza, S.E., M.Ak
NIP. 198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin I Bandar Lampung 35131, Telp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Potongan Harga Berbasis Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Gateway (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)”** disusun oleh **Rindy Aprilia, NPM: 1951020194**, Program Studi: **Perbankan Syariah**, Telah Di Ujikan Dalam Sidang Munaqosyah Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, Pada Hari/Tanggal: **Senin, 20 Mei 2024.**

TIM PENGUJI

Ketua : H. Supaijo, M.H


(.....)


Sekretaris : Desi Nurhabibah, M.E


(.....)

Penguji I : Citra Etika, M.Si


(.....)

Penguji II : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy


(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



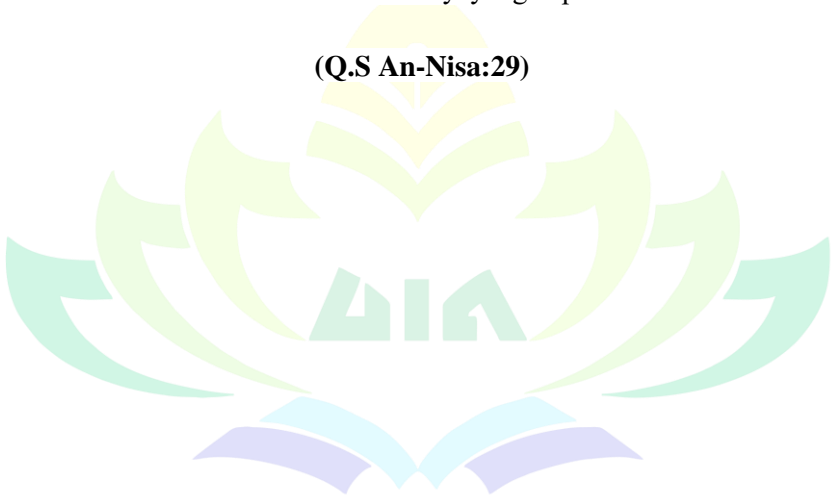
Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A
NPM 197009262008011008

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

(Q.S An-Nisa:29)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan sebagai bentuk rasa syukur dan terimakasih kepada :

1. Kedua Orang Tua Tercintaku Ayahanda Farizal Iryanto dan Ibunda Nurhayah sebagai tanda bukti dan hormat serta rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang hanya dapat ku balas dengan selebar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ibu dan ayah bahagia, karena ku sadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk kedua orang tua yang paling ku cintai terima kasih banyak selama ini banyak memberikan banyak motivasi, selalu mendoakan, selalu menyiramkan kasih sayang dan selalu menasihati untuk menjadi yang lebih baik.
2. Teruntuk Adikku tersayang, Muhammad Diaz Alwi yang selalu memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Serta almamater Universitas Islam Negeri Raden Intan Intan Lampung yang saya banggakan.

RIWAYAT HIDUP

Penulis mempunyai nama lengkap Rindy Aprilia, Putri sulung dari Bapak Farizal Iryanto dan Ibu Nurhayah yang dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 2 April 2000. Penulis mempunyai adik laki-laki yang bernama Muhammad Diaz Alwi.

Riwayat pendidikan penulis:

1. SD Negeri 5 Talang, lulus pada tahun 2013
2. SMP Negeri 3 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2016
3. SMK Negeri 4 Bandar Lampung dengan program studi keahlian Akuntansi, lulus pada tahun 2019
4. Tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan Strata 1 di UIN Raden Intan Lampung dengan program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Bandar Lampung, Februari 2024
Penulis

Rindy Aprilia
NPM. 1951020194

KATA PENGANTAR

Assalamu”alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, serta kemudahan, pertolongan, kasih sayang kepada penulis sehingga dengan Rahmat-Nya tersebut penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Potongan Harga Berbasis Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Gateway (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)”**.

Shalawat teriring salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, semoga kita senantiasa mendapat syafa’atnya di hari akhir kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan, kemampuan, pengalaman, dan juga waktu. Namun inilah yang bisa penulis lakukan dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran sangat diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE), atas terselesaikannya skripsi ini tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. Yang telah member kekuatan, kesabaran, keikhlasan, kenikmatan serta kesehatan yang membuat saya bisa bertahan sejauh ini dan bisa menyelesaikan skripsi ini, serta Nabi dan Rasul-Nya Muhammad SAW.
2. Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta wakil Dekan 1, 2 dan 3.
3. Any Eliza, S.E., M. Ak., Akt selaku ketua jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

4. Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy dan Yeni Susanti, M.A selaku pembimbing I dan pembimbing II yang selalu dengan ikhlas meluangkan waktunya dan telah banyak memberikan arahan, masukan, serta dengan sabar membimbing penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu, pengalaman dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan.
6. Seluruh Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung dan pegawai Perpustakaan Pusat yang telah memberikan pelayanan yang baik dan informasi serta sumber referensi kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan kelas A Perbankan Syariah yang senantiasa memberikan semangat dalam proses perkuliahan.
8. Tuan pemilik NIM 19112935 yang telah membersamai penulis selama proses penyusunan dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun. Terima kasih selalu menjadi penenang bagi penulis, meluangkan baik waktu, pikiran, maupun materi kepada penulis, terima kasih telah menjadi support system terbaik.
9. Teman-teman dekat ku Intan Saputri, Nadya Eka Putri dan Muthiara Savitri yang telah memberi motivasi dan support kepada peneliti serta selalu setia mendengarkan curahan hati peneliti dalam pengerjaan skripsi
10. Teman seperjuanganku sejak semester satu, Hera Wahyuli, Isda Jayanti dan Diana Ayu Lestari yang selalu memberi semangat dan selalu menemani penulis sampai detik ini.
11. Teman-teman PT. Berkah Abadi (Hera, Adit, Dimas, Rafli, Hamzah, Rian dan Perdi), yang selalu memberi waktu dan mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan beberapa tahun ini.
12. Teman-teman KKN-DR Pardasuka Kabupaten Pringsewu terimakasih atas kebersamaan dan solidaritasnya terhadap satu sama lain, serta bantuan dukungannya selama ini.
13. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu

mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, akan tetapi, diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang Ekonomi Islam. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunianya serta membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, Februari 2024

Penulis

Rindy Aprilia

NPM. 1951020194

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN | v |
| HALAMAN PENGESAHAN | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| RIWAYAT HIDUP | ix |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Penegasan Judul | 1 |
| B. Latar Belakang Masalah..... | 2 |
| C. Identifikasi Masalah | 12 |
| D. Batasan Masalah..... | 12 |
| E. Rumusan Masalah | 12 |
| F. Tujuan Penelitian..... | 12 |
| G. Manfaat Penelitian..... | 13 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Kajian Teori..... | 15 |
| 1. Perilaku Konsumen (Consumer Behavior)..... | 15 |
| 2. Promosi..... | 18 |
| 3. Potongan Harga | 24 |
| 4. Keputusan Penggunaan | 29 |
| 5. Pembayaran Digital (Digital Payment) | 32 |
| B. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan | 35 |
| C. Kerangka Pikir | 39 |
| D. Hipotesis Penelitian | 40 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Jenis Dan Sifat Penelitian | 45 |
| 1. Jenis Penelitian | 45 |
| 2. Sifat Penelitian | 45 |
| B. Tempat Dan Waktu Penelitian..... | 45 |
| C. Sumber Data | 46 |
| 1. Data Primer..... | 46 |
| 2. Data Sekunder | 46 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 46 |
| E. Skala Pengukuran | 47 |
| F. Populasi Dan Sampel..... | 48 |
| 1. Populasi Penelitian | 48 |
| 2. Sampel Penelitian | 48 |
| G. Definisi Operasional Variabel | 49 |
| H. Metode Analisis Data | 52 |
| 1. Uji Instrumen Penelitian..... | 52 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 53 |
| 3. Regresi Linear Berganda..... | 54 |
| 4. Uji Hipotesis Penelitian..... | 55 |

BAB IV HASIL PENELITIAN ANALISIS DAN PEMBAHASAN

| | |
|-------------------------------------|----|
| A. Deskripsi Objek Penelitian..... | 57 |
| B. Karakteristik Responden | 57 |
| C. Hasil Analisis Data..... | 59 |
| 1. Uji Instrumen Penelitian..... | 59 |
| 2. Uji Asumsi Klasik | 62 |
| 3. Uji Regresi Linear Berganda..... | 65 |
| 4. Uji Hipotesis Penelitian..... | 67 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 70 |

BAB V PENUTUP

| | |
|----------------------|----|
| A. Simpulan..... | 83 |
| B. Rekomendasi | 85 |

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1 | Perkembangan Sistem Pembayaran Tunai..... | 5 |
| Tabel 1.2 | Perkembangan Sistem Pembayaran Non-Tunai..... | 6 |
| Tabel 1.3 | Hasil Kuesioner Pra Survey pengguna digital payment gateway..... | 11 |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel..... | 49 |
| Tabel 4.1 | Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Kelurahan..... | 58 |
| Tabel 4.2 | Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 59 |
| Tabel 4.3 | Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia..... | 59 |
| Tabel 4.4 | Uji Validitas Variabel Promosi (X1)..... | 60 |
| Tabel 4.5 | Uji Validitas Variabel Potongan Harga (X2)..... | 60 |
| Tabel 4.6 | Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan (Y)..... | 61 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 62 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Normalitas..... | 63 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Multikolinearitas..... | 64 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 65 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Regresi Linear Berganda..... | 66 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji t (Parsial)..... | 68 |
| Tabel 4.13 | Hasil Uji F (Simultan)..... | 69 |
| Tabel 4.14 | Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)..... | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Pengguna Payment Gateway di Indonesia Tahun 2022..... | 4 |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual..... | 40 |



BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dan penafsiran dalam memahami sebuah judul, maka perlu adanya penegasan sebuah judul agar dapat memiliki kesatuan pemahaman dan penafsiran yang sama terhadap isi judul skripsi ini yaitu **“Pengaruh Promosi Dan Potongan Harga Berbasis Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Gateway (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)”**, maka diperlukan pembatasan pengertian dan maksud dari istilah judul, yaitu sebagai berikut.

1. Promosi

Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.¹

2. Potongan Harga

Potongan harga merupakan potongan tunai yang ditawarkan kepada pelanggan yang membeli beberapa barang secara kredit. “potongan harga adalah potongan terhadap harga penjualan yang telah disetujui apabila pembayaran dilakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat dari jangka waktukredit, potongan harga adalah potongan tunai dipandang dari sudut penjual.”²

3. Pembayaran Digital

Digital Payment adalah alat pembayaran yang berbasis rekening perbankan. Termasuk dalam kelompok ini adalah kartu kredit yang diterbitkan perbankan, kartu debit,

¹ Esti Dwi Rahmawati, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2023), 121.

² Simamora dan Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Cetakan pe. (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 154.

uang elektronik yang diterbitkan oleh bank dan seluruh kredit dan debit transfer online dan offline tanpa kartu.³

4. Keputusan Penggunaan

Keputusan penggunaan merupakan proses dimana seseorang menyatukan dan mengolah pengetahuan yang digunakan untuk mengevaluasi dari dua pilihan alternatif atau lebih untuk dipilih salah satunya. Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan, konsumen akan mencari informasi manfaat dari produk atau jasa tersebut, banyak nya informasi manfaat dari penggunaan layanan tersebut akan menimbulkan tingkat kepercayaan konsumen.⁴

5. Payment Gateway

Payment Gateway adalah layanan elektronik yang memungkinkan pedagang untuk memproses transaksi pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu, uang elektronik, dan/atau Proprietary Channel. Penyelenggara Payment Gateway merupakan salah satu Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran yang harus mendapatkan izin terlebih dahulu dari Bank Indonesia. Ketentuan mengenai Payment Gateway diatur pada Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 dan Surat Edaran Bank Indonesia No.18/41/DKSP tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran.⁵

B. Latar Belakang Masalah

Revolusi Industri 4.0 telah mengubah cara hidup dan model bisnis secara fundamental dalam beberapa tahun terakhir ini. Maraknya transaksi non tunai pada masa sekarang membuat masyarakat cenderung beralih dari transaksi manual yang menggunakan uang tunai ke transaksi elektronik. Saat ini kegiatan transaksi pembayaran online terbanyak dilakukan secara elektronik melalui smartphome, tablet atau perangkat genggam

³ Bank Indonesia, *Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025* (Jakarta: www.go.id, 2019), 151.

⁴ Tengku Balqiah Ezni and Hapsari Setyowardhani, *Perilaku Konsumen* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), 8.16.

⁵ “Kanal Dan Layanan,” *Bank Indonesia*, <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#payment-gateway>.

lainnya atau dikenal juga dengan istilah mobile payment.⁶ Dikembangkan dengan tujuan menyederhanakan transaksi pembayaran bagi konsumen dan pemilik bisnis, sistem pembayaran digital adalah salah satu kecerdasan yang muncul dari revolusi industri 4.0. Pemanfaatan instrumen pembayaran yang lebih efisien, aman, cepat, dan nyaman merupakan hasil kemajuan teknologi informasi dan inovasi sistem pembayaran.⁷

Secara tidak langsung kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai (currency) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien, aman, nyaman dan cepat. Hadirnya sebuah inovasi teknologi ditujukan untuk memudahkan aktivitas setiap individu menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien, sehingga produktivitas setiap individu meningkat. Salah satu isu relevan yang berkembang saat ini dalam sistem pembayaran di Indonesia adalah pada sistem pembayaran ritel (seperti pembayaran-pembayaran menggunakan kartu/card-based payments) dan sistem pembayaran mikro (seperti pembayaran menggunakan uang elektronik/e-money). Adanya uang elektronik/e-money ini masyarakat diharapkan tidak perlu lagi mengantongi uang kertas. Saat ini perusahaan juga terus mengembangkan dan menyesuaikan proses transaksi bisnis terutama dalam kemudahan sistem transaksi keuangan. Konsumen tidak lagi melakukan pembayaran dengan sistem tunai, tetapi dengan sistem pembayaran yang canggih atau yang biasa disebut dengan payment gateway.⁸

Meskipun demikian, Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Non-Bank Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Riswinandi mengatakan, tingkat inklusi keuangan masyarakat hingga kini masih relatif rendah. Sebanyak 51% dari penduduk dewasa atau

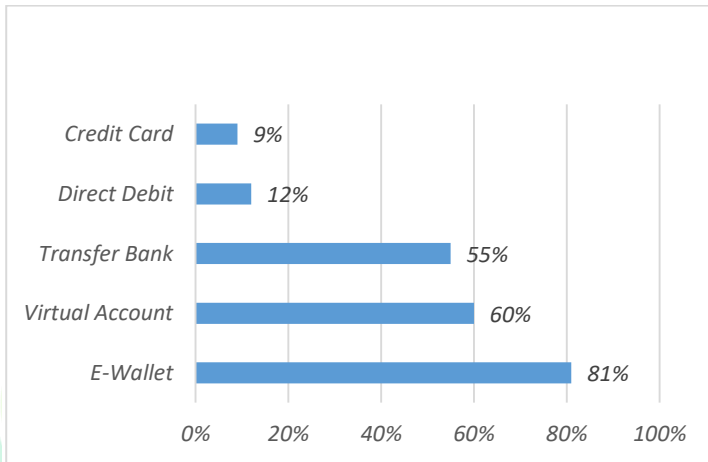
⁶ Novita Chandra Ayu Kusuma, "Persepsi Masyarakat Terhadap Payment Gateway Perspektif Syariah (Studi Kasus Pada Paytren)," *Artikel Ilmiah*, Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Perbanas February (2021): 6.

⁷ Lutfida Siwinastiti, "Analisis Pengaruh Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Permintaan Uang Kartal Di Indonesia (2008: 01-2013: 12)" (2014).

⁸ Ayu Kusuma, "PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PAYMENT GATEWAY PERSPEKTIF SYARIAH (STUDI KASUS PADA PAYTREN)," *Artikel Ilmiah*, no. Februari (2021): 2.

95 juta penduduk Indonesia masih diklasifikasikan tidak memiliki rekening bank atau tidak memiliki akun lembaga jasa keuangan. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara dengan populasi penduduk terbesar keempat yang tidak memiliki rekening bank setelah China, India, dan Pakistan.⁹

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari GoodStats adapun persentase pengguna payment gateway di Indonesia pada tahun 2022 adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1
Pengguna Payment Gateway di Indonesia Tahun 2022
 Sumber : GoodStats.id 2022

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa dari berbagai produk payment gateway di Indonesia, yang memiliki jumlah persentase pengguna terbanyak adalah e-wallet dengan persentase 81% pada tahun 2022. Diikuti oleh virtual account dengan 60%, transfer bank 55%, direct debit 12% dan credit card 9%.

Islam sebagai agama yang sempurna mempunyai aturan yang jelas, mengatur semua aspek kehidupan manusia yang bersumber pada Al-Qur'an dan Hadits. Aturan tersebut dimaksudkan untuk menjamin kebahagiaan serta kemaslahatan agama, jiwa, akal, harta, benda, serta keturunannya atau yang

⁹ Liputan6.com, "51 Persen Penduduk Dewasa Indonesia Masih Belum Punya Rekening Bank."

disebut dengan *adh-dharuriyyah al-khams* atau *maqashid al-syariah*. DSNMUI telah mengeluarkan fatwa tentang kebolehan uang elektronik atau *emoney* yang dimuat dalam fatwa DSN NO: 116/DSN-MUI/IX/2017.¹⁰

Seiring dengan perkembangan pembayaran digital yang juga telah masuk ke Indonesia. Sebagian besar perusahaan di berbagai negara ini menawarkan metode pembayaran non tunai, termasuk Indonesia. Hal itu diklaim lebih praktis karena pelanggan tidak harus memiliki uang tunai untuk membayar. Sistem pembayaran serta pola bertransaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggeser peranan uang tunai (*currency*) menjadi metode pembayaran *cashless* yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran non tunai dapat dilakukan dengan cara transfer atau dengan menggunakan seperti kartu debit dan kartu kredit sebagai metode pembayaran. Kemudahan yang diberikan dalam bertransaksi membuat masyarakat beralih menggunakan metode pembayaran *cashless*. Pola hidup masyarakat cenderung menginginkan sesuatu yang praktis dalam berbagai aspek, termasuk dalam hal bertransaksi.¹¹

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia (BI) Lampung menyebutkan bahwa perkembangan sistem pembayaran melalui tunai adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Sistem Pembayaran Tunai

| Tunai (Triliun Rp) | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--------------------|------|------|------|-------|------|
| Inflow | 2,49 | 3,55 | 3,74 | 3,51 | 3,40 |
| Outflow | 2,88 | 3,73 | 3,53 | 3,89 | 1,46 |
| Net Flow | 1,06 | 1,59 | 0,90 | -0,39 | 1,94 |

Sumber: Laporan Perekonomian Provinsi Lampung (Bank Indonesia), 2022

¹⁰ Farid Wajadi and Suhrawadi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2020), 220.

¹¹ Azmil Mustaqor and Sujoko Winanto, "Pengaruh Payment Gateway Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Etika Konsumsi Islam Sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus Produk Mukenah Dalanova, Widiping," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 7, no. 1 (2022): 1–7.

Selanjutnya berdasarkan data menunjukkan perkembangan sistem pembayaran tunai di Provinsi Lampung dari tahun 2018 hingga 2022 dalam triliun rupiah. Data ini mencakup inflow (arus masuk), outflow (arus keluar), dan net flow (arus bersih) uang tunai.

Inflow menunjukkan jumlah uang tunai yang masuk ke sistem pembayaran setiap tahunnya. Terjadi peningkatan dari 2018 ke 2020, diikuti oleh sedikit penurunan pada 2021 dan 2022. Outflow menunjukkan jumlah uang tunai yang keluar dari sistem pembayaran setiap tahunnya. Terdapat peningkatan dari 2018 hingga 2019, sedikit penurunan pada 2020, kenaikan kembali pada 2021, dan penurunan signifikan pada 2022. Net flow adalah selisih antara inflow dan outflow. Positif net flow menunjukkan inflow lebih besar dari outflow, sedangkan negatif net flow menunjukkan sebaliknya. Pada 2021, net flow negatif sebesar -0,39 triliun menunjukkan outflow lebih besar dari inflow, sedangkan pada 2022 terjadi peningkatan signifikan dengan net flow sebesar 1,94 triliun.

Tabel 1.2
Perkembangan Sistem Pembayaran Non-Tunai

| Non-Tunai | 2021 | 2022 |
|---------------------------------|--------------------|--------------------|
| Nominal Kliring (Debet+ Kredit) | 7,74 Triliun | 6,59 Triliun |
| Volume Kliring (Debet+ Kredit) | 140,19 Ribu Lembar | 116,18 Ribu Lembar |
| Nominal RTGS | 27,37 Triliun | 18,15 Triliun |
| Volume RTGS | 19,56 Ribu Lembar | 32,55 Ribu Lembar |

Sumber: Laporan Perekonomian Provinsi Lampung (Bank Indonesia), 2022

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sistem pembayaran melalui non-tunai lebih banyak dibandingkan secara tunai. Hal ini diakibatkan karena perkembangan system pembayaran melalui non-tunai sudah sangat banyak digandrungi masyarakat karena segala kemudahan dalam bertansaksi melalui digital.

Selanjutnya berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Indonesia (BI) Tahun 2022 menyebutkan bahwa nilai transaksi menggunakan uang elektronik dari Januari hingga Oktober 2021

di Lampung mencapai Rp3,8 triliun dengan volume transaksi sebesar 43,5 juta. Selanjutnya, jumlah uang elektronik di Provinsi Lampung per Oktober 2021 sebesar 1,5 juta akun uang elektronik, baik chip based (berbentuk kartu) maupun server based (berbentuk aplikasi Uang elektronik) atau meningkat 62,6 persen (year on year), dibandingkan posisi per Oktober 2020 sebesar 935.165 dan meningkat 58,3 persen (year to date) dibandingkan posisi Desember 2020 sebesar 960.466. Sehingga nilai transaksi uang elektronik selama tahun 2021 Januari-Oktober berjumlah Rp3,77 triliun atau meningkat 74 persen (year on year), dibandingkan periode yang sama tahun 2020 yang tercatat sebesar Rp2,16 triliun dan meningkat 36 persen (year to date) dibandingkan tahun 2020 (Januari-Desember) sebesar Rp2,77 triliun.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah tingginya biaya promosi sehingga membuat para pebisnis berusaha untuk mencari alternatif lain dalam melakukan promosi yang lebih efektif dan efisien, selain hal tersebut kebutuhan konsumen akan informasi yang cepat mengenai informasi dari sebuah produk serta banyaknya perusahaan-perusahaan yang telah menggunakan strategi promosi melalui digital untuk dapat memperluas pangsa pasar dengan waktu dan biaya yang lebih efisien. Maka dari itu, salah satu cara promosi yang efektif di era digital saat ini salah satunya adalah melalui pengguna digital payment gateway. Untuk menarik perhatian para pengguna payment gateway kerap memberikan promosi berupa diskon, cashback, voucher, dan promosi lainnya. Promosi tersebut sering ditampilkan melalui iklan dengan kata-kata yang menarik pengguna, tidak jarang konsumen akan mudah tergoda dan akan mempercepat mengkonsumsi produk tersebut. Salah satu promosi yang sering digunakan konsumen adalah potongan harga dan pemberian cashback.

Sistem diskon sangat menarik bagi pembeli untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan, sehingga penjual sering menggunakan sistem diskon untuk meningkatkan penjualannya. Dengan banyaknya fasilitas yang ditawarkan oleh digital payment gateway, konsumen dimanjakan dengan banyak kemudahan dalam melakukan pembayaran. Hal ini tentu saja

menjadi strategi yang dilakukan digital payment gateway untuk mempengaruhi konsumen yang memicu timbulnya keinginan untuk melakukan pembelian dengan menggunakan alat pembayaran menggunakan digital payment gateway.¹²

Adanya kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan oleh digital payment gateway serta adanya promosi berupa potongan harga dan cashback menjadikan konsumen lebih sering melakukan pembelian yang melebihi rencana belanja mereka sebelumnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa orang – orang sering melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Dengan meningkatnya digital payment gateway yang dapat mempermudah konsumen untuk melakukan pembayaran, konsumen akan sering melakukan pembelian yang tidak direncanakan.¹³

Hasil penelitian Wijaya & Widayani (2021) mengungkapkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan OVO dan Gopay di Kecamatan Jebres Kota Surakarta. Semakin baik penilaian terhadap promosi yang ada pada layanan transaksi dengan OVO dan Gopay, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen ketika melakukan transaksi menggunakan OVO dan Gopay. Untuk itu dalam upaya peningkatan penggunaan transaksi dengan OVO dan Gopay pada konsumen pihak perusahaan harus selalu mampu menciptakan program promosi yang menarik bagi konsumen. seperti dengan adanya promosi potongan harga yang menarik baik secara permanen maupun temporer.

Didukung pendapat Arigawati & Cahyaningsih (2021), menyatakan bahwa promosi yang menarik bagi pengguna aplikasi, seperti potongan harga dan lainnya dapat memotivasi konsumen untuk menggunakan kembali digital payment tersebut. Berdasarkan salah satu hasil survei Nielsen, ditemukan lebih dari

¹² Mahanisa Yola, “PENGARUH POTONGAN HARGA, CASHBACK, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI E-WALLET OVO TERHADAP MINAT PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG” (2022).

¹³ Dian Masida and Achmad Fauzi, “Pengaruh Potongan Harga, Daya Tarik Iklan Dan User Friendly Pada Aplikasi Dompot Digital Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Milenial,” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 1, no. 3 (2022): 18–23.

setengah masyarakat Indonesia masih menganggap bahwa bentuk promosi atau reward adalah faktor penting dalam memutuskan dibelinya suatu produk. Oleh karena itu, faktor promosi menjadi aspek pendorong tertinggi bagi responden dalam mengambil suatu keputusan.¹⁴

Maka berdasarkan permasalahan yang dihadapi tersebut bahwa penggunaan digital payment gateway di era digitalisasi saat ini memiliki banyak pengaruh dan kemudahan bagi seluruh masyarakat. Namun tak hanya itu, penggunaan digital payment gateway juga memberikan pengaruh pada promosi dan potongan harga yang diberikan pada para pengusaha dan penjual dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Banyaknya pemberian discount, potongan harga dan berbagai promo lainnya yang ditawarkan oleh digital payment gateway menjadikan para konsumen saat ini semakin banyak tertarik menggunakannya sehingga menimbulkan impulsive buying (pembelian secara tiba-tiba), sehingga hal ini juga berdampak pada peningkatan pengguna digital payment gateway di Indonesia.

Dari perspektif bisnis Islam, digital payment gateway adalah sarana elektronik untuk transaksi digital yang dilakukan oleh masyarakat. Ini melibatkan sejumlah aspek berbeda, termasuk keamanan pelanggan, layanan transaksi, sistem faktur dan pembayaran, serta promosi. Semua elemen ini bekerja sama untuk menjadikan digital payment gateway lebih efisien, sederhana, dan cepat dibandingkan bisnis tradisional. Hukum Islam membolehkan jual beli online, sebagaimana tercantum dalam surat Al-Baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ

¹⁴ Gaby Lingga Safira, Felicia Goenawan, and Vita Monica, "Perilaku Konsumen Dalam Memilih DANA Sebagai Aplikasi Fintech Payment," *Jurnal E-Komunikasi* 7, no. 2 (2019).

الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿١٥٠﴾

Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

Allah telah menegaskan dalam QS Al-Baqarah:275 bahwa ia telah melarang riba dan mengizinkan jual beli. digital payment gateway adalah model transaksi kontemporer yang menggunakan inovasi teknologi lokal dan internasional. Pada dasarnya adalah kegiatan jual beli yang memiliki karakteristik mendasar dengan bai' as-salam, yaitu penangguhan pengiriman barang setelah pelaksanaan perjanjian jual beli antara pembeli dan penjual.¹⁵

Salah satu provinsi yang juga merasakan dampak penggunaan digital payment gateway adalah Bandar Lampung. Banyaknya perubahan yang terjadi di era digitalisasi saat ini juga dirasakan oleh masyarakat Bandar Lampung, dimana sebelumnya setiap pembayaran apapun menggunakan cash atau uang tunai. Namun berbeda halnya dengan yang dirasakan saat ini, banyak masyarakat lebih banyak menggunakan pembayaran menggunakan digital payment gateway salah satunya karena kemudahan yang ditawarkan dan berbagai promosi dan potongan harga yang menggiurkan yang di berikan pada pengguna digital payment gateway. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisis lebih dalam lagi terkait pengaruh promosi dan

¹⁵ Azhar Muttaqin, “Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam,” *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies* 7, no. 1 (2011).

potongan harga berbasis pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway dalam perspektif ekonomi Islam.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti terhadap 100 responden masyarakat Kota Bandar Lampung yang tersebar dari beberapa wilayah adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pra Survey pengguna digital payment gateway

| No | Keterangan | Jenis Digital Payment Gateway | Jumlah (Responden) |
|---------------|--|-------------------------------|--------------------|
| 1 | Yang menggunakan digital payment gateway | Credit Card | 5 |
| | | Direct Debit | 2 |
| | | E-Wallet | 12 |
| | | Transfer Bank | 53 |
| | | Virtual Account | 14 |
| 2 | Yang tidak menggunakan digital payment gateway | | 14 |
| JUMLAH | | | 100 |

Sumber : <https://forms.gle/x9StTgMxoAr5Af4M9> Tahun 2024

Berdasarkan pra survey yang dilakukan oleh peneliti, memiliki hasil bahwa dari 100 responden yang menggunakan digital payment gateway sebanyak 86 responden dengan pengguna terbesar terdapat di transfer bank sebanyak 53 responden dan pengguna terkecil terdapat di direct debit. Sedangkan responden yang tidak menggunakan digital payment gateway sebanyak 14 responden. Dari pra survey yang dilakukan bahwa masyarakat di Bandar Lampung sudah banyak yang menggunakan digital payment gateway.

Mengamati fenomena tersebut maka peneliti mengangkat judul penelitian skripsi “**Pengaruh Promosi dan Potongan Harga Berbasis Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Penggunaan Digital Payment Gateway (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)**”.

C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dapat diidentifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut:

1. Tingginya tingkat promosi digital
2. Banyaknya promosi berupa potongan harga
3. Tingginya promosi digital dan potongan harga yang membuat masyarakat menjadi impulsive buying (pembelian secara tiba-tiba).

D. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengguna Payment Gateway pada usia produktif (17 tahun-64 tahun) masyarakat Kota Bandar Lampung

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan Digital Payment Gateway pada masyarakat Bandar Lampung?
2. Bagaimana pengaruh potongan harga terhadap keputusan penggunaan Digital Payment Gateway pada masyarakat Bandar Lampung?
3. Bagaimana pengaruh promosi dan potongan harga terhadap keputusan penggunaan Digital Payment Gateway pada masyarakat Bandar Lampung ?
4. Bagaimana promosi dan potongan harga terhadap keputusan penggunaan Digital Payment Gateway pada masyarakat Bandar Lampung menurut perspektif ekonomi Islam ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan Digital payment gateway ada masyarakat Bandar Lampung
2. Untuk mengetahui pengaruh potongan harga terhadap keputusan penggunaan Digital Payment Gateway pada masyarakat Bandar Lampung
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan potongan harga terhadap keputusan penggunaan Digital Payment Gateway pada masyarakat Bandar Lampung
4. Untuk mengetahui bagaimana promosi dan potongan harga terhadap keputusan penggunaan Digital Payment Gateway pada masyarakat Bandar Lampung menurut perspektif ekonomi Islam.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah maupun melengkapi ilmu pengetahuan mengenai Keputusan Penggunaan Digital payment gateway pada masyarakat Bandar Lampung. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu stimulus agar dilakukannya penelitian lain secara mendalam terhadap Keputusan Penggunaan Digital payment gateway.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan serta evaluasi perusahaan, sehingga dapat mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi Keputusan Penggunaan Digital payment gateway khususnya pada masyarakat Bandar Lampung.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu sumber referensi untuk menambah kajian penelitian baru bagi dunia akademis serta sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian lebih lanjut khususnya pengaruh promosi dan potongan harga berbasis

pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway dalam perspektif ekonomi Islam.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk mengaplikasikan teori serta ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan. Peneliti juga berharap hasil penelitian ini, dapat memperdalam wawasan mengenai pengaruh promosi dan potongan harga berbasis pembayaran digital terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway dalam perspektif ekonomi Islam.



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Hasil penelitian dan analisis yang telah dijelaskan pada uraian sebelumnya, akan dilanjutkan dengan kesimpulan yang dapat ditarik, yaitu:

1. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway masyarakat Kota Bandar Lampung yang dibuktikan dari hasil uji t sebesar $8,069 > 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan digital payment gateway karena adanya promosi salah satunya ialah periklanan (advertising) yang baik oleh perusahaan digital payment gateway sehingga responden tertarik untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk.
2. Potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan digital payment gateway masyarakat Kota Bandar Lampung yang dibuktikan dari hasil uji t sebesar $3,621 > 1,984$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu potongan harga di layanan digital payment gateway memiliki daya tarik yang cukup tinggi sehingga masyarakat memutuskan untuk menggunakan pembayaran digital dalam pembelian produk dengan berapapun besaran potongan harga di pembayaran digital yang digunakan oleh masyarakat.
3. Promosi dan potongan harga secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan penggunaan digital payment gateway masyarakat Kota Bandar Lampung yang dibuktikan dari hasil uji f diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $202,537 > F_{tabel}$ 3,09. Hal itu dipengaruhi oleh beberapa fakto yaitu promosi dan

potongan harga memberikan dampak yang positif terhadap keputusan penggunaan payment gateway. Dengan memahami pentingnya promosi dan potongan harga dalam mendorong adopsi teknologi pembayaran digital, platform dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan mengalokasikan sumber daya dengan lebih bijak.

4. Penggunaan digital payment gateway untuk pembayaran digital dalam perspektif ekonomi Islam pada dasarnya telah memenuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu:
 - a. Promosi yang dilakukan dengan jujur dan tepat serta menghindari unsur menyesatkan mencerminkan prinsip kejujuran dan keadilan dalam berbisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam. Ini membantu membangun kepercayaan pelanggan dan memastikan tidak merugikan pesaing.
 - b. Promosi dan potongan harga memberikan manfaat kepada pengguna dengan memberikan akses lebih luas terhadap layanan pembayaran digital. Dengan mempertimbangkan kemaslahatan umat, promosi ini berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.
 - c. Promosi dan potongan harga membantu menjaga keseimbangan antara transaksi online dan offline dalam ekosistem pembayaran digital. Hal ini mencerminkan prinsip keseimbangan dalam ekonomi Islam.
 - d. Diskon dan penawaran khusus pada digital payment gateway memberikan nilai tambah kepada pengguna, meningkatkan kepuasan mereka, dan mendorong penggunaan sistem pembayaran yang lebih efisien secara universal. Ini sesuai dengan prinsip syumuliyah, di mana tindakan-tindakan yang

memberikan manfaat secara universal diperbolehkan dalam Islam.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip di atas, promosi dan potongan harga dalam digital payment gateway tidak hanya mematuhi prinsip-prinsip syariah, tetapi juga dapat menjadi instrumen yang efektif untuk mendorong penggunaan sistem pembayaran yang lebih efisien dan berkelanjutan dalam ekonomi Islam. Hadis yang mencatat bahwa Nabi Muhammad SAW memperbolehkan promosi dan potongan harga juga menegaskan bahwa tindakan tersebut sesuai dengan prinsip tolong-menolong, asalkan dilakukan secara jujur, tidak menyesatkan, dan adil untuk kemaslahatan umat.pihak yang dilakukan secara tolong menolong.

B. Rekomendasi

Berikut adalah saran yang bisa diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menginvestigasi jenis promosi apa yang paling efektif dalam meningkatkan tingkat adopsi digital payment gateway yang memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pengguna.
2. Diharapkan kepada platform digital payment gateway dapat terus berinovasi dengan menciptakan promosi dan penawaran potongan harga yang kreatif dan menarik
3. Diharapkan kepada masyarakat tetap waspada terhadap penipuan yang menggunakan penawaran promosi palsu atau potongan harga yang tidak wajar. Pastikan anda melakukan transaksi hanya melalui platform resmi dan terpercaya.
4. Diharapkan kepada pemerintah untuk mengedukasi kesadaran masyarakat tentang manfaat dan keamanan menggunakan digital payment gateway. Edukasi yang komprehensif akan membantu mengurangi dampak negatif masyarakat terhadap teknologi pembayaran digital.

DAFTAR RUJUKAN

BUKU

Abidin, zaenal dan dhika. PENGANTAR PEMASARAN ISLAM Konsep, Etika, Strategi Dan Implementasi. Edited by Afian Aufa Mhustofa. Ponorogo: Universitas Darussalam Gontor, 2018.

Agama, Departemen. Alqur'an Hafalan Mudah. Bandung: Cordoba, 2017.

Amir, Amri, Junaidi Junaidi, and Yulmardi Yulmardi. "Buku: Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya." IPB Press, 2009.

Balqiah, Ezni, and Hapsari Setyowardhani. Perilaku Konsumen. Edited by Palupi. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014.

Balqiah Ezni, Tengku, and Hapsari Setyowardhani. Perilaku Konsumen. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014.

Basu Swasta DH dan Irawan. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty, 2008.

Basuki, Agus Tri, and Ietje Nazaruddin. Analisis Statistik Dengan SPSS. Yogyakarta: Danisa Media, 2015.

Buchori Alma. Manajemen Bisnis Syariah. Bandung: Alfabeta, 2014.

Deliyanti Oentoro. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: Laksbang PRESSindo, 2012.

Fahmi, Irham. PERILAKU KONSUMEN. Edited by Sayed Mahdi. Bandung: Alfabeta CV, 2016.

Ghozali, Imam. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.

Harman, Malau. "Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama, Penerbit: Alfabeta." Bandung, 2017.

Hidayat Alimul, Aziz. Menyusun Instumen Penelitian & Uji Validitas Reabilitas. Surabaya: Health Books Publishing, 2021.

Indonesia, Bank. Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2025. Jakarta: www.go.id, 2019.

- Indrasari, Meithiana. PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Juliyansyah, Noor. Analisis Data Penelitian Ekonomi Dan Manajemen. Jakarta: PT Grasindo, 2014.
- Kotler, Philip and Keller, K. L. Marketing Management -14/E (14th Ed.). Pearson Education, 2012.
- Kotler, Philip, and Keller. Marketing Management. 14th ed. Pearson Education, 2012.
- Kotler, Phillip, and Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012.
- Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Lee, Monle, and Charla Jhonson. Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global. Jakarta: KENCANA, 2011.
- Mursid. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Philip Kotler. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Priyatno, Duwi. SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M.Pd. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: KENCANA, 2017.
- Rahmawati Dwi, Esti. MANAJEMEN PEMASARAN. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2023.
- Rahmawati, Esti Dwi. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2023.
- Romasyah. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Pustaka Taman Ilmu, 2019.
- Satriadi, Wanawir, and Eka Hendrayani. MANAJEMEN PEMASARAN. Edited by Moh Suardi. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru, 2021.
- Simamora dan Henry. Manajemen Pemasaran Internasional. Cetakan pe. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

- . Manajemen Pemasaran Internasional. Cetakan Pe. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Stanton William J. Prinsip Manajemen. Edisi Ketu. Erlangga, 2005.
- Sudjana. Metode Statistika. Bandung: PT. Tarsito, 2011.
- Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: ALFABETA, 2007.
- . Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 25th Ed. Bandung, 2017.
- . Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, 25th Ed. Bandung: ALFABETA, 2018.
- Sutisna. Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. 4th ed. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Wajadi, Farid, and Suhrawadi K. Lubis. Hukum Ekonomi Islam. Jakarta: Sinar Grafika, 2020.
- Wiratna Sujarweni, V. Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Zusrony Edwin. Perilaku Konsumen Di Era Modern. Edited by Robby Andika Kusumajaya. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.

JURNAL

- Afrisa, Ani Dwi, Nur Hidayati, and Ita Athia. “Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Ovo Terhadap Keputusan Penggunaan E- Money Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang.” Jurnal Ilmiah Riset Manajemen 11, no. 3 (2022): 39–50.
- Elva Yolanda, Rhofita, and M Faisal Abdullah. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Go-Pay Selama Pandemi.” Journal of Financial Economics & Investment 1, no. 1 (2021): 59–70.
- Fitri, Yayan, M Yusuf S Barusman, and Zaidirina Zaidrina. “ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR TEKNOLOGI BLUE CORE DI BANDAR LAMPUNG.” VISIONIST 7, no. 1 (2018).

Haq, Abidzar Achmadtyar Fazrul, and Danang Fahmi Ilyan Sandrian Kusnanto. “Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pengguna Aplikasi Grab (Grabfood).” *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2020): 1–9.

Jackson, Hendra N. Tawas, and Fitty Valdi Arie. “Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado).” *Jurnal EMBA* 9, no. 3 (2021): 1402–1412.

Kellyn Oktaviana, Chandra Ksatria & Muharir. “Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Melalui Financial Teknologi (Payment Gateway Gopay) Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Ukm Kedai Kopi Loer Cab . Sudirman Kota.” *Jimesha (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)* 1, no. 2 (2021): 169–180.

Kusuma, Ayu. “PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PAYMENT GATEWAY PERSPEKTIF SYARIAH (STUDI KASUS PADA PAYTREN).” *Artikel Ilmiah*, no. Februari (2021): 6.

Kusuma, Novita Chandra Ayu. “Persepsi Masyarakat Terhadap Payment Gateway Perspektif Syariah (Studi Kasus Pada Paytren).” *Artikel Ilmiah*, no. February (2021): 6.

Kuswanto, Winendy, and Sisca Aulia. “Pengaruh Iklan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Tirta Oto Station.” *Kiwari* 2, no. 2 (2023): 317–325.

Masida, Dian, and Achmad Fauzi. “Pengaruh Potongan Harga, Daya Tarik Iklan Dan User Friendly Pada Aplikasi Dompot Digital Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Generasi Milenial.” *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 1, no. 3 (2022): 18–23.

Munandar, Asep Sofwan, and Ita Patnina. “Pengaruh Promosi Dan Diskon (Potongan Harga) Terhadap Keputusan Pembelian Roller Conveyor Pada PT. Adiprasetya Teknik Pondok Rajeg.” *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen dan Akuntansi)* 6, no. 1 (2023): 114–124.

- Mustaqor, Azmil, and Sujoko Winanto. "Pengaruh Payment Gateway Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Etika Konsumsi Islam Sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus Produk Mukenah Dalanova, Widinging." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 7, no. 1 (2022): 1–7.
- Muttaqin, Azhar. "Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam." *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies* 7, no. 1 (2011).
- Renaldi, R, and A P Arnu. "Peranan Promosi Penjualan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Gen Z Memilih Menggunakan OVO." *Journal of Economic, Management, Accounting ...* 5, no. 2 (2022): 131–145.
- Safira, Gaby Lingga, Felicia Goenawan, and Vita Monica. "Perilaku Konsumen Dalam Memilih DANA Sebagai Aplikasi Fintech Payment." *Jurnal E-Komunikasi* 7, no. 2 (2019).
- Sari, Risha Fatikha, Elvira Pradipta Sutiana, and Ajat Sudrajat. "Pengaruh Potongan Harga Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 9, no. 2 (2022): 480–485.
- Siwinastiti, Lutfida. "Analisis Pengaruh Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Permintaan Uang Kartal Di Indonesia (2008: 01-2013: 12)" (2014).
- Susanto, Fazry Rachman, Muhammad Athallah, Khairi Arief, Muhammad Yusran Habibi, Bellaning Restu, and Syti Sarah Maesaroh. "Pengaruh Potongan Harga Dan Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Shopeefood Mahasiswa Bisnis Digital UPI" 6, no. 3 (2024): 1083–1093.
- Umaternate, Maulana M I, Willem J F Alfa Tumbuan, and Rita Taroreh. "Promosi, Harga Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Nike Di Toko Akbar Ali Sport Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2, no. 2 (2014).
- Widiyanti, Wiwik. "Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO Di Depok." *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 7, no. 1 (2020): 54–68.

Yola, Mahanisa. “PENGARUH POTONGAN HARGA, CASHBACK, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI E-WALLET OVO TERHADAP MINAT PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG” (2022).

Wijaya, Octavian Endra Krisna, and Astrid Widayani, ‘Konsumen Menggunakan Ovo Dan Go Pay Di Kecamatan Jebres Kota Surakarta’, *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 19.3 (2021), 179–85.

WEB

Liputan6.com. “51 Persen Penduduk Dewasa Indonesia Masih Belum Punya Rekening Bank.”

“Kanal Dan Layanan.” Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/QRIS/default.aspx#payment-gateway>.

