

SKRIPSI
PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS INFORMASI
DAN KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN E-WALLET DANA DOMPET
DIGITAL



Diajukan Oleh :

DWI RIZKI FAJARINA

NPM : 21420045

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS INFORMASI DAN
KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN *E-WALLET* DANA DOMPET DIGITAL

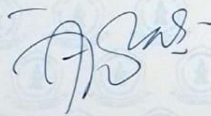
Diajukan Oleh :

DWI RIZKI FAJARINA

NPM : 21420045

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikorini, SE, MM.

Tanggal, 24 Juli 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM.

Tanggal, 24 Juli 2025

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, KUALITAS INFORMASI DAN
KEMUDAHAN AKSES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DENGAN *E-WALLET* DANA DOMPET DIGITAL**


Diajukan Oleh :

DWI RIZKI FAJARINA

NPM : 21420045

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Anggota Dewan Penguji Lain



Hendra Prasetya, SE., M.Ak



Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal ..24 Juli 2025



Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM.
Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAGEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Surabaya, 09 September 2025

Yang membuat pernyataan



DWI RIZKI FAJARINA

21420045

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan anugerah sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Informasi, dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Pembelian dengan E-Wallet Dana Dompet Digital”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat akademis untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak pihak yang telah banyak membantu arahan, do’a, serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunnya, skripsi ini memperoleh kritik, masukan dan saran serta dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah YME, yang selalu memberikan kesehatan, kekuatan, kelancaran, rahmat, ridho dan kasih sayang-Nya yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si., selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE.,MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dengan meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran kepada saya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Seluruh Dosen Prodi Manajemen dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberikan bantuan selama proses perkuliahan kepada penulis.

8. Ayahnda Muhammad Suwandi, Almh. Ibunda tercinta Tri Agustina, serta Kakak saya Selviana Windyastari yang selalu menjadi sumber kekuatan, motivasi, dan doa yang tak pernah putus. Terimakah sih atas segala pengorbanan, cinta yang tulus, serta semangat yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya. Doa dari ayah dan bunda adalah penuntun terbaik dalam menyelesaikan pendidikan ini.

9. Teruntuk kekasihku Rafi Andhika, sosok yang bukan hanya sekedar kekasih tapi juga partner perjuangan yang selalu ada didalam setiap perjalanan hidupku. Terimakasih atas semua dukunganmu, dalam bentuk tenaga, waktu, perhatian, materi dan kesabaranmu dalam menghadapi sikap dan tingkahlakuku yang menyebalkan selama proses pengerjaan skripsi ini. Terimakasih karena kamu telah hadir sebagai support system yang selalu membuat semuanya terasa lebih ringan. Terimakasih sudah menjadi tempat yang nyaman ketika menghadapi hari-hari yang berat, terimakasih untuk selalu meyakinkanku bahwa aku akan bisa melewatinya, dan terimakasih telah menjadi bagian terpenting dalam perjalanan awal hingga akhir dalam penyusunanskripsi ini.

10. Ineke Rana Nabilah, sahabat yang sangat saya sayangi,yang selalu memberikan semangat, motivasi, keceriaan disetiap keadaan perjalanan kita, yang selalu mengingatkan untuk tidak berbuat negatif, selalu memberikan positif vibes dalam hidup saya. Saya sangat berterimakasih telah mau bersama dalam setiap tawa dan duka. Semoga persahaabatan kita ini selalu diberkahi dan diberi kebahagiaan dalam setiap langkah yang kita ambil.

11. Teman – teman saya Arif Dhia Misbahuddin, Josephine Dennise Darmawan, Nelly Novicara sari, Maria Stephanie, Jessica Dirda Pangaribuan, Hans Albert S, Riska Sofia Nur Ulan yang seangkatan yang mewarnai perjalanan perkuliahan ataupun kegiatan sehari-hari yang sangat berkesan. Perjalanan kita masih panjang kawan dan semoga kita semua menjadi orang sukses di masa depan.

12. Seluruh responden dan tim pendukung survey yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah mebantu memberikan informasi, data, bantuan serta dukungan untk penyelesaian skripsi ini.

13. Dan terakhir untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang, berusaha dengan maksimal, yang sudah sabar melewati berbagai ujian dalam menyelesaikan skripsi ini. Kamu hebat!!!

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini, kritik dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi banyak pihak. Terima kasih.

Surabaya, 24 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dwi Rizki Fajarina'.

DWI RIZKI FAJARINA
21420045

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISIx
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.1.2 Definisi Perilaku Konsumen	12
2.2 Brand Awareness.....	15

2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Awareness	16
2.2.2 Indikator Brand Awareness	17
2.3 Kualitas Informasi	18
2.3.1 Indikator Kualitas Informasi	20
2.4 Kemudahan Akses	21
2.4.1 Indikator Kemudahan Akses	22
2.5 Keputusan Pembelian	23
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	27
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian	31
2.6 Penelitian Terdahulu	33
2.6.1 Kerangka Konseptual	36
2.7 Hipotesis.....	36
2.7.1 Pengaruh Brand Awareness terhadap keputusan pembelian.....	36
2.7.2 Pengaruh Kualitas informasi terhadap keputusan pembelian	37
2.7.3 Pengaruh kemudahan akses terhadap keputusan pembelian	37
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Identifikasi Variabel	41
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5 Jenis dan Sumber Data	45
3.5.1 Jenis Data	45

3.5.2 Sumber Data	45
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik analisis data	47
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Bagian	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	59
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	60
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden	61
4.4 Analisis Data	69
4.4.1 Uji Validitas	69
4.4.2 Uji Reliabilitas	72
4.4.3 Uji t	74
4.4.4 Uji Determinasi	76
BAB V	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Wilayah Bagian	58
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	59
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden.....	61
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Brand Awareness	62
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Informasi.....	63
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Kemudahan Akses.....	66
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
Gambar 4.2 Uji Validitas	70
Gambar 4.3 Uji t	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 2. Penelitian Terdahulu	87
Lampiran 3. Tabulasi Data	89
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas	157
Lampiran 5. T Tabel	158

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, kualitas informasi, dan kemudahan akses terhadap keputusan pembelian dengan aplikasi e-wallet DANA sebagai salah satu dompet digital terpopuler di Indonesia. Dalam era digital yang semakin berkembang, e-wallet menjadi alternatif transaksi yang praktis dan efisien. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 271 responden pengguna aktif e-wallet DANA di wilayah Kota Surabaya. Teknik analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 3.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu *brand awareness*, kualitas informasi, dan kemudahan akses, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui e-wallet DANA.

Kata kunci: *brand awareness*, kualitas informasi, kemudahan akses, dan keputusan pembelian, e-wallet DANA

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of brand awareness, information quality, and ease of access on purchase decisions through the DANA e-wallet application, one of the most popular digital wallets in Indonesia. In an increasingly digital era, e-wallets have become a practical and efficient alternative for transactions. This research uses a quantitative method with a survey approach involving 271 active DANA e-wallet users in the city of Surabaya. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS 3.3 software. The results show that all three independent variables—brand awareness, information quality, and ease of access—have a significant influence on purchase decisions through the DANA e-wallet.

Keywords: *brand awareness, information quality, ease of access, purchase decision, DANA e-wallet.*