

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Responden

Untuk mendapatkan gambaran tentang objek penelitian ini, maka dibawah ini merupakan hasil dari rekapitulasi data kuesioner yang sudah valid didapatkan oleh peneliti dimana akan di uraikan berupa pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, Usia, Profesi dan Penghasilan .

Tabel 5.1
Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Laki – Laki	62	41,3%
Perempuan	88	58,7%
Total	385	100.00

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Mei 2020

Dari Seluruh Responden yang menerima penyebaran *google form* yang disebarkan oleh peneliti didominasi oleh perempuan, hal ini dikarenakan perempuan sering berbelanja menggunakan dompet digital karna dan penggunaanya lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki, dan chat personal kepada kontak-kontak yang di simpan, yang mengetahui dompet dikital.

Tabel 5.2
Klasifikasi Berdasarkan Usia Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
17 – 25 Tahun	63	42%
26 – 35 Tahun	57	38%
36 – 45 Tahun	20	13,3%
45 – 50 Tahun	9	6%
➤ 50 Tahun	1	0,7%
Total	150	100.00

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Mei 2020

Tabel di atas menunjukkan usia dari responden didominasi oleh kaum muda-mudi pada rentang usia 17- 25 tahun 42% sebanyak 63 orang, hal ini dikarenakan pada usia tersebut kebutuhan konsumtifnya masih tinggi, kemudian pada rentang usia 26-35 tahun 38% sebanyak 57 orang, kemudian rentang usia 36-45 tahun 13,3% sebanyak 20 orang, dimana pada rentang usia tersebut lebih bijak lagi dalam membelanjakan uangnya, kemudian 45-50 tahun 6% sebanyak 9 orang dan yang terakhir di atas 50 tahun 0,7% hanya 1 ini dikarenakan di umur yang sudah lanjut banyak yang kurang mengerti terhadap teknologi.

Tabel 5.3
Klasifikasi Berdasarkan Profesi

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Pelajar / Mahasiswa	45	30%
Karyawan Swasta	69	46%
Wirausaha	36	24%
ASN	0	0%
Pensiunan	0	%

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Mei 2020

Dari tabel klasifikasi berdasarkan profesi, responden yang mengisi kuesioner di dominasi oleh karyawan swasta sebanyak 69 orang dengan presentase 46% ini dikarenakan karyawan telah memiliki penghasilan sendiri. Kemudian diurutkan kedua ada pelajar atau mahasiswa sebanyak 45 orang dengan presentase 30% dikarenakan pelajar atau mahasiswa telah melek teknologi dan sudah bisa memanfaatkan dompet digital, kemudian ada wirausaha 36 orang dengan presentase 24% untuk ASN dan pensiunan tidak ada karena tidak ada responden yang berprofesi ASN dan pensiunan.

Tabel 5.4
Klasifikasi Berdasarkan Penghasilan

Keterangan	Frekuensi	Presentase
< Rp 1.500.000	11	7,3%
Rp.1.600.000 – Rp.3.000.000	43	28,7%
Rp.3.000.000-Rp.4.000.000	59	39,3%
Rp4.100.000-Rp.5.000.000	29	19,3%
>Rp.500.0000	8	5,3%
Total	150	100.00

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Mei 2020

Sementara itu, dari pengelompokkan berdasarkan penghasilan responden berpenghasilan <Rp.1.000.000 sebanyak 11 orang dengan presentase 7,3%, kemudian berpenghasilan Rp.1.600.000-Rp.3.000.000 sebanyak 43 orang dengan presentase 28,7%, kemudian Rp.3.000.000-4.000.000 sebanyak 59 orang dengan presentase 39,3 ini menjadi yang terbanyak hal ini dikarenakan UMK kota Bandung berada pada rentan tersebut, kemudian Rp.4.100.000-Rp.5.000.000 sebanyak 29 orang dengan presentase 19,3%, kemudian yang terakhir >Rp.5.000.000 ada 8 orang dengan presentase 5,3%.

1.2 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

1.2.1 Analisis Deskriptif Mengenai *Brand Image* Sakuku BCA

Berikut table analisis mengenai *Brand Image* secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 5.5 Sebagai berikut :

Tabel 5.5
Analisis Deskriptif Tanggapan Mengenai Brand Image Sakuku BCA

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total	Bobot Total	Rata-Rata	Ket
1.	Saya Sangat Mengetahui Bank BCA	114	36	0	0	0	150	714	4,8	Sangat baik

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total	Bobot Total	Rata-Rata	Ket
2.	Menurut saya Bank BCA memiliki tagline dan logo yang mudah diingat.	111	39	0	0	0	150	711	4,7	Sangat baik
3.	Saya mengetahui bahwa Bank BCA memiliki dompet digital yang bernama Sakuku	111	35	4	0	0	150	707	4,7	Sangat baik
4.	Bank BCA memiliki pelayanan yang baik terhadap nasabahnya	120	30	0	0	0	150	720	4,8	Sangat baik
5.	Bank BCA memperoleh banyak penghargaan	117	33	0	0	0	150	717	4,8	Sangat baik
6.	Transaksi menggunakan Sakuku cukup Mudah	86	52	12	0	0	150	674	4,5	Sangat baik

Sumber : Hasil Olah Kuisisioner Mei 2020

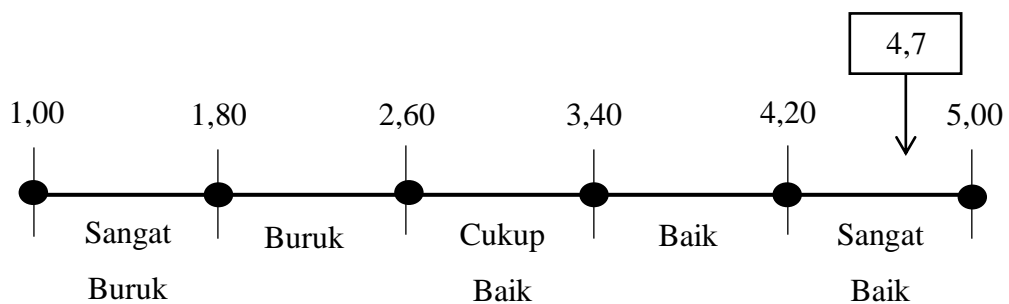
Berdasarkan hasil table 5.5 dapat diketahui bahwa :

1. Untuk pernyataan No. 1 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 114 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 36 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan cukup, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan sangat mengetahui Bank BCA, hal ini dikarenakan Bank BCA merupakan Bank Swasta terbesar di Indonesia. Dilihat dari rata-rata skor yaitu $714/150 = 4,8$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
2. Untuk pernyataan No. 2 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 111 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 39 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan cukup, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa *tagline* dan logo dari Bank BCA mudah diingat, dilihat dari rata-rata skor yaitu $711/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
3. Untuk pernyataan No. 3 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 111 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 35 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 4 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui adanya dompet digital Sakuku yang dikeluarkan oleh Bank BCA, dilihat dari rata-rata skor yaitu $707/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
4. Untuk pernyataan No. 4 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 120 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 30 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan cukup, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa pelayanan dari Bank BCA sangatlah baik, dilihat dari rata-rata skor yaitu $720/150 = 4,8$ karena berada pada interval 4,20-5,00.

5. Untuk pernyataan No. 5 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 117 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 33 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan cukup, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan responden sangat mengetahui bahwa Bank BCA memperoleh banyak penghargaan, dilihat dari rata-rata skor yaitu $717/150 = 4,8$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
6. Untuk pernyataan No. 6 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 86 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 52 orang responden, kemudian 12 orang yang menyatakan cukup, dan tidak ada reponden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa nasabah sangat mengetahui bahwa transaksi menggunakan Sakuku cukuplah mudah, dilihat dari rata-rata skor yaitu $674/150 = 4,5$ karena berada pada interval 4,20-5,00.

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa *Brand Image* secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik dengan rata-rata 4,7. Angka tersebut berada pada interval (4,20-5,00).

Gambar 5.1
Garis Kontinum Brand Image



1.2.2 Analisis Deskriptif Mengenai Keamanan Sakuku BCA

Berikut table analisis mengenai keamanan Sakuku BCA keseluruhan dapat dilihat pada table 5.6 Sebagai berikut :

Tabel 5.6

Analisis Deskriptif Tanggapan Keamanan dari Sakuku BCA

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total	Bobot Total	Rata-Rata	Ket
1.	Menurut saya transaksi menggunakan Sakuku lebih aman dibandingkan dengan dompet digital lain.	90	51	9	0	0	150	681	4,5	Sangat baik
2.	Menurut saya menyimpan saldo di Sakuku aman	75	65	10	0	0	150	665	4,4	Sangat baik
3.	Menurut saya aplikasi Sakuku memiliki keamanan yang baik saat kita akan mengaksesnya, seperti harus memasukkan pin terlebih dahulu.	109	37	4	0	0	150	705	4,7	Sangat baik
4.	Kerahasiaan data dan identitas pemilik akan Sakuku terjamin	106	40	4	0	0	150	702	4,7	Sangat baik

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total	Bobot Total	Rata-Rata	Ket
5.	Kerahasiaan pin pemilik akun Sakuku lebih terjamin	106	40	4	0	0	150	703	4,7	Sangat baik
6.	Kerahasiaan history setiap transaksi menggunakan Sakuku lebih terjamin	121	24	5	0	0	150	716	4,8	Sangat baik

Sumber : Hasil Olah Kuisioner Mei 2020

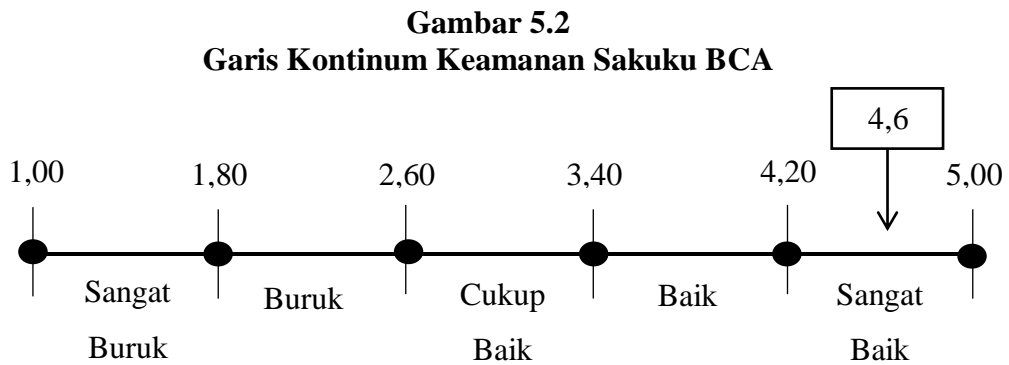
Berdasarkan hasil table 5.6 dapat diketahui bahwa :

1. Untuk pernyataan No. 1 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 90 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 51 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 9 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa transaksi menggunakan Sakuku lebih aman dibandingkan dengan dompet digital lain, dilihat dari rata-rata skor yaitu $681/150 = 4,5$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
2. Untuk pernyataan No. 2 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 75 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 65 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 10 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen mengetahui dengan menyimpan saldo di Sakuku cukup aman, dilihat dari rata-rata skor yaitu $665/150 = 4,4$ karena berada pada interval 4,20-5,00.

3. Untuk pernyataan No. 3 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 106 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 37 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 4 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui aplikasi Sakuku memiliki keamanan yang baik saat kita akan mengaksesnya yaitu harus dengan memasukkan pin terlebih dahulu, dilihat dari rata-rata skor yaitu $705/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
4. Untuk pernyataan No. 4 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 106 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 40 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 4 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa kerahasiaan data dan identitas pemilik akun Sakuku terjamin, dilihat dari rata-rata skor yaitu $702/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
5. Untuk pernyataan No. 5 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 106 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 41 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 3 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa kerahasiaan pin pemilik akun Sakuku terjamin, dilihat dari rata-rata skor yaitu $716/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
6. Untuk pernyataan No. 6 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 121 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 24 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 5 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa kerahasiaan

history setiap transaksi dengan Sakuku terjamin, dilihat dari rata-rata skor yaitu $716/150 = 4,8$ karena berada pada interval 4,20-5,00.

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa Keamanan Sakuku BCA secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik dengan rata-rata 4,6. Angka tersebut berada pada interval (4,20-5,00).



1.2.3 Analisis Deskriptif Mengenai Keputusan Pembelian Atau Penggunaan Sakuku BCA

Berikut table analisis mengenai keputusan pembelian atau penggunaan Sakuku BCA keseluruhan dapat dilihat pada table 5.7 sebagai berikut :

Tabel 5.7
Analisis Deskriptif Tanggapan Mengenai Keputusan Pembelian Atau Penggunaan Sakuku BCA

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total	Bobot Total	Rata-Rata	Ket
1.	Menurut saya dompet digital Sakuku BCA belum memenuhi kebutuhan saya	107	42	1	0	0	150	706	4,7	Sangat baik
2.	Menurut saya fitur dari dompet	106	44	0	0	0	150	706	4,7	Sangat baik

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Total	Bobot Total	Rata-Rata	Ket
	digital Sakuku belum memenuhi kebutuhan saya									
3.	Tampilan dari aplikasi Sakuku kurang menarik	113	37	0	0	0	150	713	4,7	Sangat baik
4.	Saya kurang tertarik untuk menggunakan dompet digital Sakuku BCA	103	45	2	0	0	150	701	4,7	Sangat baik
5.	Dompot digital lain lebih banyak kenuntunganya, seperti diskon dan <i>castback</i> di setiap <i>merchant</i>	112	38	0	0	0	150	712	4,7	Sangat baik
6.	Pengguna dompet digital Sakuku masih jarang	94	54	2	0	0	150	692	4,6	Sangat baik

Sumber : Hasil Olah Kuisisioner Mei 2020

Berdasarkan hasil table 5.7 dapat diketahui bahwa :

1. Untuk pernyataan No. 1 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 107 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 42 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 1 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak

setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa dompet digital Sakuku belum memenuhi kebutuhannya, dilihat dari rata-rata skor yaitu $706/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.

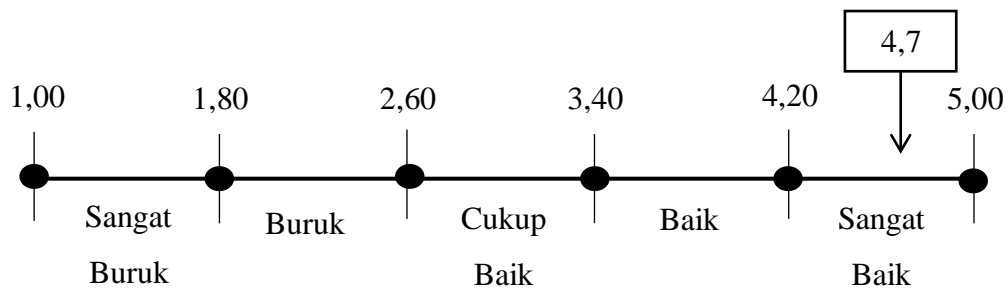
2. Untuk pernyataan No. 2 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 106 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 44 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan cukup, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa responden sangat mengetahui bahwa fitur dari dompet digital Sakuku belum memenuhi kebutuhan konsumen, dilihat dari rata-rata skor yaitu $706/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
3. Untuk pernyataan No. 3 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 113 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 37 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan cukup, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa tampilan dari aplikasi Sakuku kurang menarik, dilihat dari rata-rata skor yaitu $713/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
4. Untuk pernyataan No. 4 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 103 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 45 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 2 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen kurang tertarik untuk menggunakan dompet digital Sakuku, dilihat dari rata-rata skor yaitu $701/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.
5. Untuk pernyataan No. 5 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 112 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 38 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan cukup, tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara

keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa dompet digital lain lebih banyak keuntungannya seperti diskon dan *castback* di berbagai *merchant*, dilihat dari rata-rata skor yaitu $712/150 = 4,7$ karena berada pada interval 4,20-5,00.

6. Untuk pernyataan No. 6 responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 94 orang responden, diikuti responden yang menyatakan setuju 54 orang responden, yang menyatakan cukup sebanyak 2 orang responden, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju, atau sangat tidak setuju. Dari 150 orang responden secara keseluruhan dapat di tarik kesimpulan bahwa konsumen sangat mengetahui bahwa pengguna dompet digita; Sakuku masih jarang, dilihat dari rata-rata skor yaitu $692/150 = 4,6$ karena berada pada interval 4,20-5,00.

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai dari hasil keputusan pembalian atau penggunaan sangat baik dengan rata-rata 4,7. Angka tersebut berada pada interval (4,20-5,00).

Gambar 5.3
Garis Kontinum Keputusan Penggunaan Sakuku BCA



Sumber :

5.3 Analisis Verifikatif Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini. peneliti menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) untuk menjawab hipotesis penelitian mengenai *Brand Image* dan Keamanan terhadap keputusan penggunaan dompet digital Sakuku BCA di Bandung . Data penelitian di peroleh melalui penyebaran kuesioner pada pengguna dompet digital . Hasil pengukuran data melalui kuesioner untuk

variabel bebas yang diteliti berupa data ordinal. Untuk menyamakan data variabel bebas yang berskala ordinal dengan variabel bebas yang berskala interval. data yang dikumpulkan dari kuesioner yang mempunyai skala pengukuran ordinal. terlebih dahulu ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan program LISREL.

Analisis *Brand Image* dan Keamanan terhadap keputusan penggunaan dompet digital Sakuku di Bandung dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif. yaitu menganalisis data dengan menggunakan alat bantu statistik dan hasilnya diberi penjelasan. Pada bagian ini akan dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan metode analisis jalur.

Seperti yang telah diungkap sebelumnya bahwa untuk menguji kebenaran hipotesis mayor dalam penelitian ini. dapat dilihat dalam perhitungan koefisien korelasi antar variabel. Menurut Santoso (2014 : 29), angka korelasi diatas 0,5 menunjukkan korelasi yang cukup kuat. sebaliknya jika di bawah 0,5 korelasi tersebut lemah. Hasil yang diperoleh dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. 8
Matriks Korelasi

Variabel	<i>Brand Image</i>	Keamanan	Keputusan Pembelian
<i>Brand Image</i>	1,000		
Keamanan	0,234	1,000	
Keputusan Penggunaan	0,295	0,591	1,000

Sumber : Hasil Olah Kuesioner 2020

Tabel di atas menunjukkan bahwa :

1. Rendah hubungan antara *Brand Image* dan Keputusan Pembelian adalah sebesar 0,295. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara kedua variabel mencapai taraf 29,5 persen atau dengan kata lain taraf hubungan antara dua variabel tersebut adalah rendah.
2. Sedang hubungan antara Keamanan dan Keputusan Pembelian adalah

sebesar 0,591. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara kedua variabel mencapai taraf 59,1 persen atau dengan kata lain taraf hubungan antara dua variabel tersebut adalah sedang.

3. Rendah hubungan antara *Brand Image* dan Keamanan adalah sebesar 0,234. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan timbal balik antara kedua variabel mencapai taraf 23,7% atau dengan kata lain taraf hubungan antar dua variabel tersebut rendah.

Dengan menggunakan program Lisrel untuk menghitung analisis jalur, didapatkan persamaan struktural seperti hasil rumusan berikut:

$$\text{Keputusa} = 0.166 * \text{Brand} + 0.552 * \text{Keamanan}, \text{ Errorvar.} = 0.625, R^2 = 0.375$$

Standerr (0.0668) (0.0668) (0.0726)

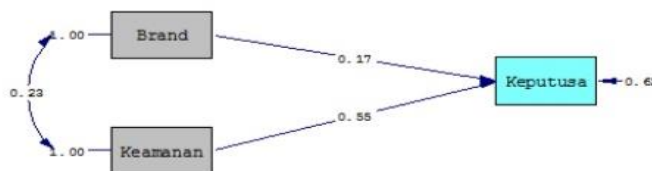
Z-values 2.481 8.263 8.602

P-values 0.013 0.000 0.000

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Mei 2020

Dari persamaan struktural di atas, dapat digambarkan hubungan antar ketiga variabel. Gambar di bawah merupakan gambaran akan struktur hubungan dan koefisien jalur dari masing-masing variabel:

Gambar 5.4
Hubungan Struktural Antara X1, X2, dan Y



Chi-Square=-0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Mei 2020

Dari persamaan struktural di atas, maka untuk uji hipotesisnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.9
Uji Hipotesis

1. Uji Simultan				
Hipotesis	Fhitung	Ftabel	Hasil	Kesimpulan Statistik
<i>Brand Image</i> dan Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian	10,401	1,65	$F_{hitung} > F_{tabel}$ H ₀ di Tolak	<i>Brand Image</i> dan Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
2. Uji Parsial				
Hipotesis	Thitung	ttabel	Hasil	Kesimpulan Statistik
<i>Brand Image</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian	2,481	1,65	$t_{hitung} > t_{tabel}$ H ₀ di Tolak	<i>Brand Image</i> berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian	8,263	1,65	$t_{hitung} > t_{tabel}$ H ₀ di Tolak	Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Kuesioner Mei 2020

Berdasarkan penelitian terdahulu FP (2013) Berdasarkan hasil uji t, variabel citra produk (X3) memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian KFC di Kawi Malang, dengan nilai thitung sebesar 3,687 sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat dibuktikan kebenarannya dan Penelitian terdahulu KP (2020) Dari hasil uji secara parsial, diketahui bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Online Lazada.

Tabel diatas menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Brand Image* dan variable Keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian. Begitu juga secara parsial, berpengaruh secara signifikan antara *Brand Image* terhadap keputusan pembelian. Dan terdapat hubungan yang signifikan antara Keamanan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa setelah dilakukan pengujian

dinyatakan benar bahwa ada hubungan antara variabel *Brand Image* dan Keamanan.

Dalam tabel di atas, secara simultan menggambarkan bahwa *Brand Image* dan Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan. Hal ini dikarenakan konsumen menyadari bahwa citra dari bank BCA dan keamanan fitur dari dompet digital Sakukunya cukup baik.

Dan secara parsial dapat digambarkan bahwa *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dikarenakan *brand image* merupakan gambaran baik dari suatu perusahaan dengan berbagai citranya yang positif dari Bank BCA seperti berbagai penghargaan atas pelayanan kepada konsumen, hal tersebut membuat konsumen dapat menjadikan landasan keputusan untuk menggunakan produk tersebut.

Secara parsial Keamanan juga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dikarenakan konsumen mengetahui bahwa keamanan yang dimiliki oleh Sakuku cukup menjamin transaksi yang dilakukan oleh pemilik akunya, itu karena Sakuku merupakan produk dari sebuah Bank sehingga keamanannya setara dengan keamanan Bank guna meminimalisir terjadinya kerugian pemilik akun.

Tabel 5.10
Besaran Pengaruh

Variabel	Koefisien Beta	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Total pengaruh tidak langsung	Total Pengaruh
			Harga	Lokasi		
<i>Brand Image</i>	0,17	0,028		0,004	0,004	0,032
Keamanan	0,55	0,302	0,166		0,166	0,468
Total Pengaruh						0,500

Dari tabel di atas besarnya pengaruh variable *Brand Image* terhadap keputusan penggunaan Sakuku adalah sebesar 0,32 persen ini dikarenakan konsumen tidak hanya berfokus terhadap citra dari sebuah produk akan tetapi factor lain yang dapat menentukan keputusan penggunaan dimana

factor lain tersebut tidak diteliti oleh peneliti seperti fitur, promosi dan masih banyak lagi. Sedangkan variable Keamanan mempengaruhi keputusan penggunaan Sakuku adalah sebesar 46,8 persen konsumen menjadikan keamanan sebagai salah satu factor yang penting didalam penentuan keputusan penggunaan keamanan merupakan jaminan rasa aman terhadap konsumen khususnya didalam melakukan transaksi dimana penggunaan dompet digital sangat rawan terjadinya kerugian bila keamanannya tidak terjamin. Sedangkan total dari pengaruh dua variable yaitu *Brand Image* dan Keamanan adalah sebesar 50,0 persen.

Faktor pendukung :

1. Bank BCA merupakan Bank swasta terbesar sehingga konsumen sudah tidak asing lagi dengan reputasi dari bank BCA sehingga mudah dikenali. kepercayaan nasabah terhadap Bank BCA cukup baik mengingat nasabahnya yang tersebar diseluruh Indonesia khususnya di kota Bandung, sudah banyak Kantor Cabang Pembantu untuk pelayanannya. Kepraktisan dalam melakukan transaksi dengan dompet digital Sakuku juga konsumen sudah mengetahuinya
2. Keamanan yang diberikan oleh Sakuku BCA cukup terjamin karena telah berstandar pada kewanaman Bank, seperti histori setiap transaksi tersimpan dengan aman tidak akan hilang, identitas pemilik akun dan pin pemilik akun terjaga kerahasiaannya.
3. Minat terhadap Sakuku BCA masih minim dimana seharusnya tinggi karena factor *Brand Image* dan Kemanannya yang baik, ini dikarenakan tidak hanya factor *Brand image* dan keamanan saja untuk dapat memutuskan menggunakan Sakuku BCA terdapat factor lain atau di tambah factor lain yang membuat konsumen yakin menggunakan Sakuku.

Faktor penghambat :

1. Konsumen masih ada yang bingung dengan cara bertransaksi menggunakan Dompet Digital Sakuku mayoritas yang kurang mengetahui adalah para pengguna awam Dompet Digital dimana yang mereka tau membayarnya menggunakan kode referensi pembayaran padahal Sakuku sudah bisa menggunakan *Scan barcode* dan orang tua yang masih belum terlalu melek dalam teknologi.
2. Meskipun keamanan dari Sakuku BCA sudah cukup terjamin namun beberapa orang masih ada yang ragu untuk menyimpan uang dalam jumlah yang banyak di dalam Dompet Digital masih ada rasa kekhawatiran.
3. Pengguna Sakuku di Indonesia khususnya di kota Bandung masih minin ini dikarenakan jarang adanya promo-promo khusus pengguna Sakuku BCA pada merchant-merchant yang terkenal. Fitur dari aplikasi Sakuku masih sedikit tidak selengkap dari dompet digital lain yang lebih banyak penggunaanya, untuk tampilan Sakuku juga masih sangat sederhana kurang begitu menarik.