Pengaruh Co-branding LINE Bank X CGV Cinemas, Sosial Media Marketing dan Fitur Teknologi Finansial
Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada LINE Bank)
Lia Alifah, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vi**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **x**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**
INTISARI ..... **xii**
ABSTRACT ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 18
1.3 Tujuan Penelitian 18
1.4 Manfaat Penelitian 18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **20**
2.1 Penelitian Terdahulu 20
2.2 Gambaran Umum Objek Penelitian 22
2.2.1 LINE Bank 22
2.2.2 Produk dan Layanan LINE Bank 24
2.2.3 Fitur – fitur di aplikasi LINE Bank 26
2.3 Landasan Teori 27
2.3.1 *Theory of Planned Behaviour* 27
2.3.2 *Theory Marketing Mix* 30
2.3.3 Teori Generasi *Zero* (Gen Z) 31
2.3.4 Minat menggunakan Bank Digital 33
2.3.5 *Co-branding* 36
2.3.6 *Social Media Marketing* 38
2.3.7 Fitur Teknologi Finansial 40
2.3.8 Bank Digital 41

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Co-branding LINE Bank X CGV Cinemas, Sosial Media Marketing dan Fitur Teknologi Finansial
Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada LINE Bank)**
Lia Alifah, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.3.9 CGV Cinemas 42
2.4 Hipotesis 44
2.4.1 Hubungan antara *Co-branding* CGV Cinemas terhadap Minat Menggunakan LINE Bank 45
2.4.2 Hubungan antara *Social media marketing* terhadap Minat Menggunakan LINE Bank 45
2.4.3 Hubungan antara Fitur Teknologi Finansial terhadap Minat Menggunakan LINE Bank 46
BAB III METODE PENELITIAN 47
3.1 Desain Penelitian 47
3.2 Data dan Sumber Data 47
3.2.1 Data Primer 47
3.2.2 Data Sekunder 48
3.3 Populasi 48
3.4 Sampel 48
3.5 Teknik Pengambilan Sampel 49
3.6 Teknik Pengumpulan Data 50
3.7 Teknik Analisis Data 50
3.7.1 Analisis Deskriptif 51
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial 51
3.7.3 Uji Instrumen 52
3.7.4 Uji Asumsi Klasik 53
3.7.5 Uji Hipotesis 54
3.8 Operasional Variabel Penelitian 56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 62
4.1 Analisis Deskriptif 62
4.1.1 Karakteristik Responden 62
4.1.2 Hasil Deskriptif Data Variabel 65
4.1.3 Hasil Jawaban Responden 66
4.2 Uji Instrumen 71
4.2.1 Uji Validitas 71
4.2.2 Uji Reliabilitas 74
4.3 Uji Asumsi Klasik 75

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Co-branding LINE Bank X CGV Cinemas, Sosial Media Marketing dan Fitur Teknologi Finansial
Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada LINE Bank)**
Lia Alifah, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.3.1 Uji Normalitas....75
4.3.2 Uji Multikolinieritas....77
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas....78
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda....79
4.5 Uji Hipotesis....81
4.5.1 Uji t (Uji Parsial)....81
4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)....83
4.6 Interpretasi dari Hasil Penelitian....84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN....88
5.1 Kesimpulan....88
5.2 Saran....90
DAFTAR PUSTAKA....92
LAMPIRAN....100

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Co-branding LINE Bank X CGV Cinemas, Sosial Media Marketing dan Fitur Teknologi Finansial
Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada LINE Bank)**
Lia Alifah, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 20
Tabel 3. 1 Rentang Pengukuran Jawaban 50
Tabel 3. 2 Definisi Operasional 56
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden 62
Tabel 4. 2 Usia Responden 63
Tabel 4. 3 Status Responden 63
Tabel 4. 4 Data Apakah Responden Mengetahui Co-branding LINE Bank dengan CGV Cinemas 64
Tabel 4. 5 Data Dari Mana Responden Mengetahui Informasi Tentang Co-branding LINE Bank dengan CGV Cinemas 64
Tabel 4. 6 Data Apakah Responden Mengetahui Media Sosial LINE Bank 64
Tabel 4. 7 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian 65
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Variabel Co-branding 66
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Variabel Social media marketing 68
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Variabel Fitur Teknologi Finansial 70
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Variabel Minat Menggunakan Bank Digital 70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas 72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas 74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov 75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinieritas 78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda 80
Tabel 4. 17 Hasil Uji t 82
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 83

Pengaruh Co-branding LINE Bank X CGV Cinemas, Sosial Media Marketing dan Fitur Teknologi Finansial
Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada LINE Bank)
Lia Alifah, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Aktif Smartphone di Indonesia 2
Gambar 1. 2 10 Bank Digital Paling Banyak Digunakan di Indonesia 5
Gambar 1. 3 Co-branding LINE Bank X CGV Cinemas 6
Gambar 1. 4 Jumlah Penonton Film Indonesia Tahun 2018-2024 8
Gambar 1. 5 Pemasaran LINE Bank melalui media sosial Instagram, Youtube dan TikTok.....9
Gambar 1. 6 Fitur LINE Bank yang dipromosikan di akun Instagram @linebankid 11
Gambar 2. 1 Produk Kartu Debit LINE Bank.....24
Gambar 2. 2 Produk Kartu EZCard 25
Gambar 2. 3 Tampilan utama aplikasi LINE Bank dan fitur produk.....26
Gambar 2. 4 Tampilan fitur tabungan, pinjaman, dan deposito pada Aplikasi LINE Bank 26
Gambar 2. 5 Bagan Hubungan Hipotesis.....44
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram 76
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot 77
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 79

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Co-branding LINE Bank X CGV Cinemas, Sosial Media Marketing dan Fitur Teknologi Finansial
Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital (Studi Kasus Pada LINE Bank)**
Lia Alifah, Dr. Agusta Ika Prihanti Nugraheni, S.E., M.B.A.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner Penelitian 100
Lampiran 2 Lampiran Distribusi Data 115
Lampiran 3 Lampiran Output SPSS 119
Lampiran 4 Lampiran Lembar Peneliaian Ujian Tugas Akhir 125