

PENGARUH *PERCEIVED USEFULNESS, TRUST, SELF-EFFICACY, EASY OF USE* DAN *SECURITY* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN *ELECTRONIC PAYMENT*

(Survei pada Mahasiswa S1 UPN “Veteran” Yogyakarta)

EFRAIM SIMORANGKIR

NIM. 141150036

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

efraim.simorangkir@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness, trust, self-efficacy, easy of use* dan *security* terhadap keputusan penggunaan *electronic payment* pada Mahasiswa S1 UPN “Veteran” Yogyakarta secara parsial. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik Mahasiswa S1 UPN “Veteran” Yogyakarta yang sudah pernah melakukan transaksi pembayaran menggunakan *electronic payment*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala *likert* dan yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa: *Perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan, *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan, *Self-efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan, *Easy of use* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan, *Security* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci : *Perceived Usefulness, Trust, Self-Efficacy, Easy of Use, Security,* dan Keputusan Penggunaan.