

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY
(Survei Pada Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Yogyakarta)**

KEVIN ADERIN
NIM. 141150099

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

kevinaderiin@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Promosi terhadap Minat Menggunakan *e-money*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: mempunyai pengetahuan tentang *e-money* seperti pernah mendengar dari orang lain maupun membaca dari artikel, dan mahasiswa yang mempunyai Kartu Tanda Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta yang masih berlaku dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variable Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan *e-money* pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Dan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.458, artinya 45.8% variasi dari Minat Menggunakan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Promosi) dan sisanya yaitu 54.2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kemudian secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri dari Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Promosi bernilai positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan *e-money*.

Kata kunci: Persepsi Kemanfaatam, Persepsi Kemudahan, Promosi, Minat Menggunakan