INTISARI

E-money merupakan alat pembayaran elektronik non-tunai yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia. Berdasarkan data Bank Indonesia, sudah terdapat 39 perusahaan perbankan dan non-bank yang mendapatkan izin mengeluarkan produk e-money. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi manfaat terhadap sikap, persepsi kemudahan terhadap sikap, tingkat kepercayaan terhadap minat, sikap berpengaruh terhadap minat, dan minat berpengaruh terhadap perilaku menggunakan E-Money.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna e-money di wilayah Pulau Jawa. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian pengguna e-money di wilayah Pulau Jawa yang berjumlah 200 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability dengan metode convenience sampling dan model penelitian dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM), dengan menggunakan bantuan software AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap sikap, persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap, tingkat kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat, sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat dan minat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menggunakan emoney.

Kata Kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Tingkat Kepercayaan, Sikap, Minat, Perilaku

ABSTRACT

E-money is a non-cash electronic payment instrument that is currently growing rapidly in Indonesia. Based on Bank Indonesia data, it includes 39 banking and non-bank companies that have obtained permits to issue e-money products. This study aims to study and analyze perceptions about the benefits of attitude, attitude assessment, level of trust in interest, attitude towards interest, and interest in behavior using E-Money.

The population in this study were all users of electronic money in the island of Java. The sample taken in this study was a number of electronic money users in Java who received 200 respondents. Sampling using non-probability techniques with convenience sampling method and research models will be analyzed using the Structural Equation Model (SEM), using the help of AMOS software.

The results of this study indicate that positive perceptions have a positive influence on attitudes, positive perceptions, positive significance of interests, significant positive attitudes toward interests, significant positive attitudes towards interests, and interests have a significant positive effect on the use of money.

Keywords: Perceived Usefullness, Perceived Ease Of Use, Level of Trust, Attitude, Interest, Behavior