

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah adanya pengaruh Persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan terhadap minat penggunaan digital payment di era revolusi digital 4.0. Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang di kuantitatifkan menggunakan skala Likert. Jumlah populasi 50 karyawan di PT Bintang Toedjoe bagian Quality Operation dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden Data penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebar secara online melalui google form yang kemudian diolah menggunakan PLS . Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan dan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan digital payment. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan digital payment. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi penggiat usaha ekonomi digital dan mampu memberikan saran perbaikan untuk para pembuat kebijakan terkait aturan main dalam bisnis digital payment di masa yang akan datang.

Kata Kunci : Digital Payment, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Fitur Layanan



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine whether there is an influence of perceived convenience, perceived risk and service features on the interest in using digital payments in the era of the digital revolution 4.0. This type of research is descriptive with a qualitative approach which is quantified using a Likert scale. Total population of 50 employees at PT Bintang Toedjoe Quality Operations section with a sample size of 50 respondents. The results of this research state that perceived convenience and service features do not influence interest in using digital payments. Meanwhile, risk perception has a significant effect on interest in using digital payments. It is hoped that the results of this research will contribute to digital economy business activists and be able to provide suggestions for improvements to policy makers regarding the rules of the game in the digital payment business in the future.

Keywords: Digital Payment, Perceived Convenience, Perceived Risk, Service Features



UNIVERSITAS
MERCU BUANA