

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan terhadap minat pengguna uang elektronik (GOPAY). Desain penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah kausal untuk mengetahui antar variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Purposive Sampling. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan SPSS. Metode penarikan sampel menggunakan Purposive Sampling. Metode pengumpulan data menggunakan menggunakan metode survey dengan instrument penelitian melalui kuesioner. Hasil penelitian yang telah didapatkan setelah melakukan pengujian Model Uji Hipotesis menunjukkan bahwa promosi, persepsi manfaat, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pengguna uang elektronik GOPAY.

Kata kunci : Promosi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Minat Pengguna.



ABSTRACT

The purpose of this research is how to tested and analyzed the effect of promotion, perceptions of benefits, and perceived perceptions of the user interest of electronic money users (GOPAY). The research design used by researchers is a clause to find out between variables, both independent variables, and dependent variables. The sampling technique in this study uses a purposive sampling technique. Respondents in this study were 100 respondents using SPSS. The sampling method uses Purposive Sampling. Data collection methods using survey methods with research instruments through questionnaires. The results of the research that have been obtained after testing the Hypothesis Test Model show that promotion, perceived benefits, perceived ease have a positive effect on the interests of GOPAY electronic money users.

Keywords: Promotion, Benefit Perception, Ease Perception, User Interest.

