

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP MANDIRI E-CASH

INTISARI

Masyarakat Indonesia lebih banyak melakukan transaksi menggunakan kartu debit atau kartu kredit dibandingkan dengan menggunakan uang elektronik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap Mandiri e-cash.

Populasi penelitian ini adalah konsumen-konsumen Mandiri e-cash di kota Semarang. Pengambilan sampel dilakukan secara convenience sampling terhadap 100 orang responden. Teknik analisis data yang dipakai untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat, kepercayaan, pengalaman, kemudahan dan keamanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap persepsi konsumen mengenai Mandiri e-cash. Manfaat, pengalaman, dan kemudahan berpegaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap Mandiri e-cash. Sedangkan variabel kepercayaan dan keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Mandiri e-cash.

Kata Kunci : Manfaat, Kepercayaan, Pengalaman, Kemudahan, Keamanan, Persepsi, Mandiri e-cash

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE PEOPLE'S PERCEPTION ON MANDIRI E-CASH

ABSTRACT

Indonesian people prefer to make transactions using debit card or credit card rather than using electronic money. The aim of this study is to determine the factors that affect the perception of the people about Mandiri e-cash.

The population of this study are Mandiri e-cash consumers in Semarang city. Sampling was taken by convenience sampling to 100 respondents. Data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis.

The results showed, that benefits, trust, self-efficacy, ease of use and security simultaneously affecting people's perceptions on Mandiri e-cash. Benefits, self-efficacy, and ease of use have positive and significant affect consumers' perceptions of Mandiri e-cash. While the variable of trust and security have not significant affect consumers' perceptions of Mandiri e-cash.

Keywords: Benefit, Trust, Self-Efficacy, Ease of Use, Security, Perception, Mandiri e-cash