

## ABSTRAK

T-Cash adalah layanan uang elektronik dari operator Telkomsel yang berfungsi sebagai alat pembayaran, pembelian barang atau jasa, transfer dan layanan lainnya melalui ponsel. Dari hasil survei yang diperoleh dari pengguna T-Cash menunjukkan bahwa tingkat penggunaan uang elektronik masih sangat kurang. Pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan uang elektronik masih rendah dikarenakan penerapan dan pemahaman uang elektronik sebagai alat pembayaran baru yang mudah dan praktis dalam bertransaksi belum diterapkan secara optimal. Untuk mencapai pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan uang elektronik maka diperlukan kepercayaan masyarakat akan kegunaan dan kemudahan penggunaan T-Cash sebagai alat pembayaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan T-Cash di Kota Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data deskriptif dan kausal, Responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 pengguna T-Cash di Kota Bandung yang diperoleh dengan teknik sampling incidental. Data yang terkumpul dari 15 pertanyaan kuesioner kemudian diolah menggunakan IBM SPSS 21 dengan teknik analisis data regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berada pada posisi angka 73,3% dengan kategori tinggi, persepsi kemudahan berada pada posisi angka 76% dengan kategori tinggi, minat penggunaan berada pada posisi 73,6% dengan kategori tinggi, persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 16,72%, persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 33,87%, serta persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan sebesar 50,6%.

**Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Minat Penggunaan, T-Cash.**