

ABSTRAK

Dalam kemajuan teknologi saat ini, berbagai perubahan yang membuat berbagai sistem menjadi lebih modern. Dunia keuangan pun tidak luput dari sentuhan kemajuan teknologi. Salah satunya adalah sistem pembayaran non tunai menggunakan kartu. Kartu yang dimaksud yaitu Kartu Kredit dan Kartu Debit. Bank Indonesia selaku Bank Sentral di Indonesia mengeluarkan salah satu kebijakan yang bernama Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) agar masyarakat bergerak menggunakan sistem pembayaran non-tunai.

Dengan adanya kebijakan tersebut, berbagai faktor-faktor yang membuat masyarakat berpindah hati menggunakan sistem pembayaran non tunai menggunakan kartu. Faktor-faktor tersebut adalah: Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan. Faktor-faktor tersebut adalah variabel bebas dalam penelitian ini yang akan dikaitkan dengan variabel terikat Persepsi Konsumen mengenai e-payment.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, berdasarkan tipe analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis linear berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 401 responden yang merupakan pengguna Kartu Kredit dan Kartu Debit. Pengumpulan data menggunakan kuisioner online Google Form. Pengolahan data yang didapat diolah dengan bantuan software statistik IBM SPSS Versi 25.

Hasil dari penelitian ini adalah tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen e-payment dapat dikategorikan baik tiap variabelnya serta tanggapan responden terhadap persepsi konsumen mengenai e-payment termasuk pada kategori sangat baik. Serta hasil dari pengaruh variabel bebas yaitu: Manfaat, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu persepsi konsumen mengenai e-payment secara parsial maupun simultan. Namun variabel Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen mengenai e-payment secara parsial.

Kata Kunci : Teknologi, keuangan, uang, non tunai, kartu debit, kartu atm, kartu, kredit, *e-payment*, persepsi konsumen