

ABSTRAK

Kehadiran internet sebagai fenomena kemajuan teknologi menyebabkan terjadinya percepatan globalisasi dan penyebaran informasi yang tidak terbatas di seluruh dunia. khususnya kemajuan di bidang perekonomian yaitu berkembangnya sistem pembayaran yang secara bertahap mampu menggeser uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien salah satu nya adalah *Go-pay*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *Go-pay* di Kota Bandung dengan menggunakan metode penelitian analisis *regresi linier berganda*.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu untuk menggambarkan minat menggunakan *Go-pay* di Kota Bandung berdasarkan Promosi, Kemudahan dan Kemanfaatan dengan alat ukur pada penelitian ini adalah kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden yang menggunakan *Go-pay* di Kota Bandung.

Berdasarkan Uji Signifikansi Simultan (Uji-F), dapat disimpulkan bahwa Variabel Independen yang terdiri dari Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Menggunakan *Go-pay* di Kota Bandung.

Berdasarkan Uji Signifikansi Parsial (Uji-t), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari Daya Tarik Promosi terhadap Minat Menggunakan *Go-pay* di Kota Bandung serta tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan *Go-pay* di Kota Bandung dan terdapat pengaruh yang signifikan dari Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Menggunakan *Go-pay* di Kota Bandung.

Kata Kunci: Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Minat Menggunakan.