

## ABSTRAK

Perilaku masyarakat semakin berubah, dengan adanya teknologi, masyarakat menjadi mudah untuk melakukan aktivitasnya. Pada zaman sekarang masyarakat Indonesia lebih suka akan transaksi *cashless*. Dari perilaku konsumen tersebut banyak perusahaan menciptakan produk guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan yang sedang berkembang di tengah masyarakat Indonesia tersebut yaitu GoPay, OVO, LinkAja, dan Dana. Semakin banyak perusahaan yang menciptakan e-wallet maka persaingan semakin ketat. Banyak fasilitas yang diberikan oleh perusahaan guna untuk mendapatkan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu perceptual map dari produk e-wallet di Indonesia.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 128 responden yang menggunakan keempat e-wallet dan berdomisili di kota Bandung. Objek studi dari penelitian ini adalah beberapa produk e-wallet yang memiliki ranking 4 besar di seluruh Indonesia, yaitu GoPay, OVO, LinkAja, dan Dana. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Easy to use*, *Promotion*, Kondisi Pendukung, nilai harga, *Perceived Usefulness*, dan *perceived trust* yang diberikan oleh perusahaan e-wallet tersebut. Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu *multidimensional scaling*. Analisis ini memberikan gambaran peta persepsi, dimana perusahaan tersebut berada pada posisi dekat dengan titik koordinat atau berjauhan. Setelah dilihat dari gambar visual selanjutnya dilakukan ranking dari 1-4 dimana ranking 1 memiliki posisi tertinggi dan 4 yaitu posisi terendah. GoPay di persepsikan konsumen sebagai e-wallet yang berada di posisi pertama, hal tersebut dibuktikan dengan hasil jumlah ranking gopay yang memiliki jumlah paling rendah. Sedangkan berdasarkan atribut Gopay memiliki keunggulan pada atribut *Ease of Use*, Kondisi Pendukung, dan *Perceived Trust*, di bandingkan dengan produk e-wallet lainnya. Sedangkan untuk atribut *Promotion*, Nilai Harga, dan *Perceived Usefulness* perusahaan yang unggul yaitu OVO.

**Kata Kunci :** *Perceptual Mapping, Multidimensional Scaling*