

ABSTRAK

Manajemen Pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar dan suatu proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai kepada konsumen dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang. Minat beli adalah salah satu hal yang tak pernah lepas dari definisi manajemen pemasaran. Saat ini beberapa perusahaan perbankan dan non- perbankan sudah mengeluarkan adopsi teknologi sebagai kemudahan dalam transaksi pembayaran, salah satunya PT. Pertamina yang telah menggunakan teknologi pembayaran menggunakan Aplikasi Link Aja.

Link Aja merupakan layanan uang elektronik dalam bentuk aplikasi milik Telkom atau PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero), saat ini Link Aja adalah hasil kolaborasi tujuh perusahaan besar BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan tidak dimiliki oleh Telkom sepenuhnya. Hasil survey yang dilakukan oleh Indo Telkom Forum terhadap sekitar 2000 responden menemukan masih adanya sejumlah kendala yang harus diperbaiki sebelum layanan Adopsi Teknologi ini dapat menjadi alat transaksi keuangan yang dapat diandalkan. Maka dari itu, pemerintah dan perusahaan penyedia pembayaran online perlu mempertimbangkan kepercayaan, dan peningkatan layanan pembayaran online ataupun pembuatan kebijakan-kebijakan dalam penyelenggaraan pembayaran online di Indonesia.

Kata Kunci : Minat Beli Konsumen, Manajemen Pemasaran, Adopsi Teknologi