

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna *E-Money* di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan empat variabel independen yaitu daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan persepsi keamanan. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden.

Penelitian ini menggunakan software SPSS 16. Hasil dari penelitian ini adalah Daya tarik promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna *E-Money*, Persepsi Kemudahan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Minat Pengguna *E-Money*, Persepsi Kemanfaatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Pengguna *E-Money*, dan Persepsi Keamanan berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Minat Pengguna *E-Money*.

Peneliti menyarankan penerbit *e-money* untuk lebih meningkatkan kemudahan dan keamanan dari penggunaan sistem kepada konsumen agar bisa mempengaruhi minat pengguna *e-money*.

Kata kunci: Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Keamanan, dan Minat Pengguna *E-Money*

ABSTRACT

This study aims to look at the factors that influence the interest of e-money users in the city of Padang. This study uses four independent variables, namely promotional attractiveness, perceived convenience, perceived usefulness and perceived security. The sample of this research was 100 respondents.

The study uses SPSS 16 software. The results of this study are that promotional attractiveness has a positive and significant effect on E-Money User Interests, Perceptions of Ease have a positive and insignificant effect on E-Money User Interests, Perceptions of Benefit have a positive and significant effect on E-Money User Interests. E-Money User Interests and Security Perceptions have a positive and insignificant effect on E-Money User Interests.

Researchers suggest e-money issuers to further improve the ease and security of using the system for consumers in order to influence the interest of e-money users.

Keywords: Promotional Attraction, Perceived Ease, Perceptions of Benefit, Perceptions of Security, and E-Money User Interests