

ABSTRAK

Oktafiani, 1820210056, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Keamanan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Penggunaan E-Money Pada Generasi Millennial Di Kabupaten Kudus.

Alat pembayaran telah berkembang dari waktu ke waktu, dimulai dengan alat pembayaran tunai yang terbuat dari logam dan kertas konvensional, sekarang berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis seperti alat pembayaran elektronik. *E-Money* adalah jenis pembayaran elektronik prabayar yang menyimpan uang dan dapat diisi ulang saat saldo habis. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari persepsi kemudahan, fitur layanan, keamanan, manfaat dan risiko terhadap penggunaan *e-money*.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Objek penelitian ini yaitu generasi millennial di kota Kudus yang berusia 18-25 tahun dengan kriteria mengetahui dan menggunakan *e-money*. Populasi dalam penelitian ini belum diketahui sehingga menggunakan rumus pendekatan Isac Michel didapatkan sampel sebanyak 97 responden dengan menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner kemudian data diolah menggunakan IBM Statistics SPSS Versi 25. Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji glejser, uji multikolinieritas), dan hipotesis yakni regresi linier berganda (koefisien determinasi, uji signifikansi parameter simultan (uji f), uji signifikansi parameter parsial (uji t)).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi fitur layanan, persepsi keamanan, persepsi manfaat dan persepsi risiko secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-money*. Hasil ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 25,228 dengan nilai signifikan (sig.) sebesar 0,000. Perbandingan nilai f menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (25,228) lebih besar dibandingkan nilai F_{tabel} (2,315) dan nilai sig. < 0,05.

Kata kunci: *Persepsi Kemudahan, Persepsi Fitur Layanan, Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, E-Money.*