

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan uang elektronik yang terus berkembang dengan cepat sekarang ini, manusia diharuskan mengikuti dengan cepat dan beradaptasi agar tidak kalah saing. Banyak orang yang mengetahui namun perkembangannya masih belum mencolok. Banyaknya produk uang elektronik yang dikeluarkan oleh lembaga perbankan, salah satunya yaitu Gopay. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh masyarakat di Jawa Tengah mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan *e-money* Gopay di Jawa Tengah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan paradigma penelitian positivism dengan menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengolahan data menggunakan SPSS versi 23. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Responden yang menggunakan Gopay didominasi oleh perempuan dengan rentang usia 20-35 tahun. Rata-rata responden memiliki pendidikan SMA dan mempunyai saldo Gopay antara Rp 0-100.000 dengan lama penggunaan Gopay < 1 tahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kemanfaatan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* Gopay, dengan diperoleh nilai $t_{hitung} (3,626) > t_{tabel} (1,6608)$ dengan jawaban terbanyak pada item kuesioner “Gopay merupakan pembayaran yang lebih praktis dibandingkan uang tunai” dan “Menggunakan Gopay menjadikan saya lebih hemat waktu” yakni sebesar 4,35. Secara parsial promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money* Gopay, diperoleh $t_{hitung} (2,916) > t_{tabel} (1,6608)$ dengan jawaban terbanyak pada item kuesioner “Pesan promosi (*voucher, cashback, potongan harga, dll*) yang disampaikan kepada saya mudah dipahami” yakni sebesar 4,24. Dan untuk variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *e-money* Gopay, diperoleh nilai $t_{hitung} (1,978) > t_{tabel} (1,6608)$ dengan jawaban terbanyak pada item kuesioner “Layanan Gopay mudah untuk dioperasikan” yakni sebesar 4,37. Secara simultan variabel kemanfaatan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan dengan nilai $F_{hitung} (29,679) > F_{tabel} (3,09)$.

Kata Kunci : Kemanfaatan, Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat