

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
PERSEPSI KEGUNAAN DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT
PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY SEBAGAI METODE
PEMBAYARAN PADA KALANGAN MAHASISWA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Mercu Buana
Yogyakarta)**

Oleh:

Wahyu Diah Prasasti

190610075

Program studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi. Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan promosi penjualan terhadap minat penggunaan dompet digital ShopeePAY pada kalangan mahasiswa. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa prodi akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan teknik metode *Accidental sampling* berjumlah 97 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan 2 cara yaitu penyebaran kuesioner secara langsung dan menggunakan *google form*. Pada penelitian ini dilakukan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji t, dan Uji Koefisien Determinan yang diolah menggunakan SPSS, hasil yang didapatkan peneliti pada penelitian ini bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan dan promosi penjualan berpengaruh terhadap minat penggunaan dompet digital ShopeePAY pada kalangan mahasiswa.

Kata Kunci : Dompet Digital, Minat Penggunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Promosi Penjualan, ShopeePAY.

ANALYSIS OF THE EFFECT PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED USEFULNESS AND SALES PROMOTION ON BEHAVIORAL INTENTION TO USE THE SHOPEEPAY DIGITAL WALLET AS A PAYMENT METHOD AMONG COLLEGE STUDENTS

(Case Study on Accounting Study Program Students at Mercu Buana University of Yogyakarta)

By:
Wahyu Diah Prasasti
190610075

Accounting Program, Faculty of Economic. Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived ease of use, perceived usefulness and sales promotion on behavioral intention to use the ShopeePAY digital wallet as a payment method among college students. The population in this study were students of accounting study program at Mercu Buana Yogyakarta University. The sampel in this study was taken using the accidental sampling method, amounting to 97 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires directly and using the google form. In this study, The Validity test, Reliability test, Normality test, Multicollinearity test, Heteroscedasticity test, Multiple Linear Regression test, The t test, and The Determinant Coefficient test were processed using SPSS. The result obtained by researchers in this study were that perceived ease of use, perceived usefulness and sales promotion influenced interest in using the ShopeePAY E-wallet among college students.

Keyword : *E-wallet, Interest in use, Perceived ease of use, Perceived usefulness, Sales promotion, ShopeePAY.*