# ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi dengan muncul nya perkembangan uang elektronik di Indonesia. Uang elektronik hadir sebagai salah satu alat transaksi non tunai. Berkembangnya uang elektronik sejak awal kemunculannya tahun 2009 diikuti dengan jumlah transaksi dan jumlah alat yang tersedia yang juga ikut naik setiap tahunnya. Namun dengan perkembangan yang meningkat tiap tahunnya. Presentase transaksi uang elektronik di Indonesia pada tahun 2016 hanya sebesar 1% jika dibandingan dengan kartu ATM dan kartu kredit. Bank Indonesia merancang suatu gerakan yang bernama Gerakan Nasional Non Tunai gerakan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di Indonesia terhadap pembayaran non tunai. Pada penelitian ini, dilakukan penelitian kepada pengguna dan bukan pengguna uang elektornik di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat segementasi pengguna maupun yang bukan pengguna uang elektronik di Indonesia berdasarkan prefrensi mereka terhadap uang elektronik. Penelitian ini menghasilkan profil-profil masyarakat Indonesia terhadap uang elektronik. Berdasarkan atribut *security, ease of use, benefit*, dan *promotion.*

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis deskriptif. Teknik sampling data menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling.* Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan google *form* dan *offline* yang dapat dilakukan pada tempat tempat umum. Responden terdiri dari 133 orang responden yang menggunakan uang elektronik dan 97 orang responden yang bukan pengguna uang elektronik. Teknik analisis data menggunakan *two step cluster analysis* dan *conjoint analysis.*

Hasil penelitian dari analisis segmentasi ini, berdasarkan 3 kelompok pengguna uang elektronik yaitu *Senior Worker (Old User), College Student (Medium User).* dan *Junior Worker (Beginner User)* dan 3 kelompok yang bukan pengguna yaitu *College Student*, *Senior Entrepreneur* dan *Senior Worker*. Dari 27 variabel kontinyu yang ada tidak ada yang berkontirbusi secara signifikan dalam pembentukan *cluster* yang ada. Hanya variabel kategorikal yang memiliki peran penting dalam pembentukan *cluster* yang ada.

Saran bagi perusahaan penyedia elektronik diharapkan dapat menjadi satu dengan perusahaan-perusahaan elektornik yang lainnya, dikarenakan tidak ada perbedaan preferensi yang siginifikan dari segi pengguna uang elektornik maupun dari segi yang bukan pengguna uang elektornik.



**Kata Kunci :** Uang Elektronik, Analisis Cluster, *Profiling, Two Step Cluster*, Preferensi, *Conjoint*