

## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan kemajuan teknologi digital dalam sektor keuangan yaitu pada sistem pembayaran digital (*e-payment*). Layanan *e-payment* ini mulai diterapkan kepada para pelaku UMKM salah satunya para pelaku usaha mikro. Seperti yang diketahui bahwa para pelaku usaha mikro masih terbiasa dengan menggunakan sistem pembayaran tradisional dibandingkan dengan *digital payment*. Maka dari itu belum tentu dengan adanya penerapan *e-payment* ini pelaku usaha mikro memiliki persepsi yang baik terhadap layanan tersebut. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap persepsi konsumen khususnya para pelaku usaha mikro di Kota Bandung pada pembayaran elektronik (*e-payment*).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima variabel independen (X) meliputi variabel *benefits, ease of use, security, trust, self-efficacy* dan satu variabel dependen (Y) meliputi persepsi konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan bersifat kausal. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 185 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor *security* (X3) dan faktor *self-efficacy* (X5) memiliki pengaruh secara parsial terhadap persepsi konsumen yaitu pengusaha mikro di Kota Bandung terhadap pembayaran elektronik. Sementara untuk faktor yang tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap pembayaran elektronik (*e-payment*) adalah faktor *benefits* (X1), *ease of use* (X2) dan *trust* (X3). Namun hasil untuk pengujian secara simultan, keseluruhan faktor yang terdiri dari faktor *benefits* (X1), *ease of use* (X2), *security* (X3), *trust* (X4) dan *self-efficacy* (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi konsumen (Y) yaitu pelaku usaha mikro di Kota Bandung terhadap pembayaran elektronik (*e-payment*).

**Kata Kunci:** Pembayaran elektronik, Persepsi Konsumen, Mikro-Bisnis, UMKM