

ABSTRAK

Dalam kemajuan teknologi saat ini, sistem pembayaran telah merubah peranan uang tunai ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Berbagai perusahaan mulai bergerak menciptakan pembayaran non tunai termaksud PT Pertamina dengan menciptakan My Pertamina. Namun, masih terdapat berbagai kendala seperti pembelian BBM masih di dominasi oleh transaksi tunai dengan presentase 97% dan dengan aplikasi My Pertamina hanya sebesar 3%, My Pertamina dianggap tidak sejalan dengan larangan penggunaan handphone di SPBU, adanya kendala aplikasi My Pertamina yang sulit dibuka, banyaknya SPBU yang belum bisa memakai LinkAja!, pendaftaran akun yang sering kali gagal, transaksi yang sukses dengan My Pertamina namun poin nya tidak bertambah, aplikasi seringkali error dan bug, saldo tetap terpotong walaupun transaksi gagal.

Dengan adanya permasalahan tersebut, ada berbagai faktor yang membuat masyarakat berpindah hati menggunakan sistem pembayaran non tunai, yaitu: Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan. Faktor-faktor tersebut adalah variabel bebas dalam penelitian ini yang akan dikaitkan dengan variabel terikat Persepsi Konsumen mengenai My Pertamina di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dan jenis penelitian ini adalah deskriptif-kausalitas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik sampling menggunakan *non-probability sampling* yang meliputi *purposive sampling*. Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data yang didapat diolah dengan bantuan software statistik IBM SPSS Versi 24.

Berdasarkan hasil uji f, dapat disimpulkan bahwa variabel *Benefits* (X1), *Trust* (X2), *Self-efficacy* (X3), *Ease of Use* (X4), dan *Security* (X5) berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen pada My Pertamina. Hal ini dibuktikan dengan Hasil $F_{hitung} (75,964) > F_{tabel} (2,31)$ dengan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji t, didapat bahwa variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen pada My Pertamina yaitu variabel *ease of use*. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa pengaruh dari semua variabel sebesar 80,2% dan sisanya sebesar 19,8% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kesimpulan penelitian ini, berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Benefits* (X1), *Trust* (X2), *Self-efficacy* (X3), *Ease of Use* (X4), dan *Security* (X5) berada pada kategori sangat baik.

Kata Kunci: Uang Elektronik, Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan penggunaan, Persepsi Konsumen, E-payment