

ABSTRAK

Perubahan masyarakat modern yang semakin berkembang dan maju di Indonesia membuat perubahan di bidang system keuangan dari konvensional menjadi elektronik dan akan membentuk perubahan system transaksi non tunai. Disini pemerintah juga menerapkan system pembayaran non tunai pada gerbang toll sehingga mempercepat dalam transaksi dan dapat meningkatkan efisiensi pada system pembayaran pada gerbang toll. Dalam masalah ini diperkuat oleh regulasi pemerintah dalam peraturan menteri PUPR Nomor 16/PRT/M/2017 tanggal 12 September 2017 tentang transaksi non tunai di jalan toll sehingga masyarakat dipaksa untuk menggunakan kartu *e-toll* jika ingin menggunakan fasilitas jalan toll

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kekuatan *brand awareness, product quality, ease of use* dari kartu mandiri *e-toll* dengan studi kasus pada pengguna kartu mandiri *E-toll* yang ada di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode yang digunakan untuk pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuosioner kepada seluruh warga bandung yang menggunakan kartu mandiri *e-toll* di kota bandung dan sebanyak 385 responden.

Pengelolaan data untuk teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah model penelitian regresi linier berganda (*Multiple Regresion*) dan dengan bantuan aplikasi *SPSS (Statistical Package for the Social Scienses)* dan variabel yang diteliti adalah variabel *brand awareness, product quality, ease of use* terhadap variabel *costumer perceived value*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu variabel *brand awareness, product quality, ease of use* terhadap variable *costumer perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna kartu mandiri *e-toll*. Hasil dari penelitian diantara ketiga variabel yaitu variable *brand awareness, product quality, ease of use*. Hal ini dapat dijadikan referensi oleh pihak bank mandiri untuk meningkatkan *awareness* dari masyarakat terhadap Mandiri *E-money* Mandiri *e-toll* card, dengan sasaran dapat mendorong munculnya *Perceived Value* yang positif pada masyarakat di kemudian hari dan untuk terus meningkatkan kualitas produk, dengan menambahkan fitur, kegunaan dan vendor dari Mandiri *E-money* Mandiri *e-toll* card, agar dapat memudahkan penggunaan dari Mandiri *E-money* Mandiri *e-toll* card.

Kata Kunci: mandiri *e-toll* ; *ease of use* ; *e-toll*