

## **ABSTRAK**

Nama Mahasiswa : Roynaldo Lewerissa

Skripsi : Kajian Persepsi Konsumen Terhadap E-money Sebagai Alat Pembayaran Di Surabaya

Perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberi dampak terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam pembayaran elektronis (*electronic payment*). Dewasa, ini kemajuan teknologi secara bertahap mulai mampu menggeser uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Maka kemudian, di era moderen muncullah e-money atau uang elektronik. Uang elektronik memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang. Di dalam penelitian ini, prosedur penelitian yang digunakan penulis adalah kualitatif yang bersifat deskriptif dengan proses wawancara kepada 12 narasumber yang sudah menggunakan e-money dan yang belum menggunakan e-money agar mencapai jawaban yang lebih mendalam. Langkah yang digunakan yaitu *open coding* dimana peneliti menganalisis teks dan kemudian meringkasnya dengan member label berupa kode. Analisis yang dilakukan adalah persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, harga dan promosi. Hasil yang di peroleh penulis dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap *e-money* sebagai alat pembayaran ditinjau dari kemudahan pengguna, kemanfaatan, harga, dan promosi termasuk baik. Namun masih perlu di tingkatkan kinerja petugas yang melayani e-money khususnya di jalan toll.

**Kata Kunci:** Kajian, Persepsi, Konsumen

## **ABSTRACT**

*Author : Roynaldo Lewerissa*

*Title : Consumer Perceptions Study on E-money as a Payment Instrument In  
Surabaya*

*Technological developments in the field of information and communication have an impact on new innovations in electronic payments (electronic payments). Nowadays, these technological advancements are gradually beginning to shift cash as a means of payment into more effective and efficient non-cash payments. Then later, in the modern era, e-money or electronic money emerges. Electronic money has a stored value (stored value) or prepaid (prepaid) in which additional goods in an electronic media owned by a person. In this research, the research procedure used by the writer is qualitative which is descriptive with interview process to 12 resource persons who have used e-money and who have not used e-money to reach more deep answer. The step used is to open the coding where the translator and then summarize it with the label member. The analysis performed is perception of use, expediency, price and promotion. The results of the authors in this study is consumer perceptions of e-money as a means of payment in terms of user convenience, expediency, pricing, and promotion including good. But still need to improve the performance of officers who serve e-money especially on the toll road.*

***Keywords: study, Perception, Consumer***