

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Niat Menggunakan Sebagai Variabel Intervening Pada Layanan Pembayaran Digital Go-Pay
Nama : Fajrin sukranı putri
Program studi : S-1 Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul, Kebon Jeruk, Jakarta Barat

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Dan keputusan menggunakan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. Penelitian ini menggunakan *path analysis* dan menggunakan pendekatan untuk mengetahui tingkat penerimaan suatu teknologi adalah *Technology Acceptance Model (TAM)*. populasi yang digunakan dalam Dalam penelitian ini semua orang yang menggunakan layanan pembayaran digital Go-Pay sebanyak 92 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Uji statistik menggunakan metode *path analysis* yang digunakan untuk memodelkan hubungan antar variabel.

Kata kunci: Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Niat Untuk Menggunakan, keputusan menggunakan, Go-pay.