

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diskon, voucher dan cashback terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Sampel yang digunakan sebanyak 96 orang. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna pembayaran elektronik ShopeePay. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala semantik differensial. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan diukur menggunakan SPSS 21. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diskon, voucher dan cashback berpengaruh secara bersama – sama (simultan) terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay dan secara individual (parsial) cashback merupakan variabel yang paling mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Konsumen cenderung lebih menyukai promo cashback dalam menggunakan pembayaran elektronik ShopeePay. Hal ini dikarenakan cashback memicu repeat order, dengan kata lain konsumen dapat berhemat apabila ingin membeli produk di lain waktu. Dan hal ini juga memberikan keuntungan bagi penyedia jasa uang elektronik seperti ShopeePay karena konsumen akan berbelanja menggunakan pembayaran elektronik lebih sering untuk menggunakan poin cashback-nya di waktu yang akan datang.

Kata kunci : diskon, voucher, cashback dan ShopeePay.