

### ABSTRAK

Di Indonesia saat ini tengah berkembang suatu instrument pembayaran yang dikenal dengan uang elektronik atau biasa disebut *e-money*. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Airlangga. Sampel yang digunakan yakni mahasiswa Universitas Airlangga yang menggunakan uang elektronik dengan responden berjumlah 50 orang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Variabel yang digunakan yakni produk, harga, tempat, dan promosi. Dari hasil statistik menunjukkan bahwa faktor *product* merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam penggunaan uang elektronik dibandingkan dengan faktor yang lain dengan memperoleh nilai rata-rata bauran pemasaran sebesar 88,25%. Sehingga bisa disimpulkan bahwa faktor *product* merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam penggunaan uang elektronik pada mahasiswa Universitas Airlangga.

Kata kunci : Uang Elektronik, bauran pemasaran, faktor produk

***ABSTRACT***

*Now in Indonesia, a payment instrument is being developed known as electronic money or commonly called e-money. The purpose of this research is to find out the most influential factors in the use of electronic money for student of Airlangga University. The amount of sample is used in this research are 50 respondents of Airlangga University students who used electronic money. This reasearch uses quantitative methods. The variables used are product, price, place and promotion. From the statistical results show that the product factor is the most influential factor in the use of electronic money compared to other factors by obtaining an average marketing mix value of 88.25%. So it can be concluded that the product factor is the most influential factor in the use of electronic money for Airlangga University students.*

*Keywords : Electronic Money, marketing mix, product factors*