

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product knowledge, ease of use of products, product promotion, as well as product benefits and weaknesses to interest in using mobile (Go-pay) e-money by millennial generation and z generation. The sample in this study was the Go-Jek application users which included millennial and generation Z. This study used data obtained using 80 online questionnaires to the Go-Jek application users. The statistical tool to test hypotheses is multiple linear regression analysis using Microsoft excel 2007. The results show that product knowledge has a significant effect on the interest in using Go-pay by millennial and generation Z, while the ease of use of products, product promotion, and product benefits and weaknesses are not significant effect on interest in product use by millennial and generation Z generation.

Keywords: *product knowledge, product ease of use, product promotion, product benefits and weaknesses, Go-pay users, Millennial Generation, Generation Z*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk, kemudahan penggunaan produk, promosi produk, serta kemanfaatan dan kelemahan produk terhadap minat penggunaan *e-money* berbasis *mobile* (*Go-pay*) oleh generasi milenial dan generasi z. Sampel dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi Go-Jek yang termasuk generasi milenial dan generasi Z. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dengan menggunakan 80 kuisisioner secara online kepada para pengguna aplikasi Go-Jek. Alat statistik untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linie berganda dengan menggunakan *Microsoft excel 2007*. Hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *Go-pay* oleh generasi milenial dan generasi Z, sedangkan kemudahan penggunaan produk, promosi produk, serta kemanfaatan dan kelemahan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan produk oleh generasi milenial dan generasi Z.

Kata kunci: pengetahuan produk, kemudahan penggunaan produk, promosi produk, kemanfaatan dan kelemahan produk, pengguna *Go-pay*, Generasi Milenial, Generasi Z