

ABSTRAK

Eksansi internet yang pesat telah mengubah dunia keuangan secara signifikan, dengan dompet elektronik (e-wallet) berkembang sebagai metode transaksi yang populer dalam beberapa tahun terakhir. Memahami variabel-variabel yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran digital menjadi semakin penting bagi dunia usaha, legislator, dan akademisi seiring dengan meningkatnya penggunaan dompet elektronik.

Dari fakta-fakta tersebut menarik minat para akademisi dan peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai niat penggunaan e-wallet karena faktor-faktor inilah yang akan menentukan sukses atau tidaknya rencana pemasaran bisnis yang dapat berdampak pada pertumbuhan bisnis itu sendiri. Namun di Indonesia sendiri peneliti jarang melihat jurnal atau artikel yang membahas tentang pengaruh niat penggunaan e-wallet di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan e-wallet. Faktor-faktor yang akan dibahas dalam tulisan ini adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, dan nilai yang dirasakan. Faktor-faktor ini mungkin juga dipengaruhi oleh citra merek; oleh karena itu citra merek dipilih sebagai variabel moderasi untuk makalah ini.

Penelitian empiris yang digunakan untuk niat penggunaan e-wallet dalam tulisan ini adalah melalui media kuisioner online, kemudian datanya akan diolah menggunakan aplikasi bernama Smart PLS.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, kondisi yang memfasilitasi, nilai yang dirasakan dan jalur yang dimoderasi tidak signifikan dan negatif, untuk pengaruh sosial dan motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Mobile Payment, Niat Penggunaan E-Wallet, Moderasi *Brand Image*, Perilaku Konsumen, Adopsi Teknologi UTAUT