

ABSTRAK

Di era digital seperti saat ini, teknologi telah mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia. Tidak terlepas adalah industri keuangan, dimana evolusi perkembangan di industry keuangan telah membawa kedalam suatu periode dimana transaksi keuangan dilakukan tanpa menggunakan uang tunai. Uang elektronik atau *emoney* menjadi satu moda transaksi yang telah berkembang secara cepat. Produk Tcash Tap merupakan produk keuangan berbasis teknologi yang diluncurkan pada tahun 2015 menggunakan teknologi stiker NFC sehingga pelanggan dapat dengan mudah melakukan transaksi yaitu dengan hanya melakukan Tap ke sebuah *reader* NFC. Penelitian ini bertujuan untuk meng-eksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi proses adopsi oleh konsumen terhadap teknologi Tcash Tap.

Menggunakan teori di bidang keilmuan *marketing* khususnya *consumer behavior* yang menelaah tingkah laku konsumen dalam proses adopsi suatu produk teknologi. Kerangka teori yang digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model (UTAUT)* dimana pertama kali diperkenalkan oleh Venkatesh et.al.pada tahun 2003 dan dimodifikasi pada tahun 2012 oleh Venkatesh et.al 2012

Pengolahan data penelitian ini menggunakan model *Structural Equation Model (SEM)* dengan alat ukur *Partial Least Square (PLS)* guna memprediksi besaran pengaruh terhadap tujuan penelitian.

Pada penelitian ini ditemukan faktor-faktor kunci yang menjadi determinan terhadap penggunaan Tcash Tap yaitu variabel *Habit, Price Value, Trust, Hedonic Motivation, Performance Expectancy dan Facilitating Condition* dengan hasil akhir R^2 *Intention to use* sebesar 75.70% dan R^2 *Use Behavior* sebesar 73.10% serta nilai *Goodness of fit* sebesar 72,00%

Kesimpulan dari penelitian adalah terdapat beberapa faktor yang menjadi kunci sebagai determinan penggunaan Tcash Tap terhadap *Intention to Use* yaitu *Habit, Price Value* dan *use behavior* yaitu *Habit, Trust dan Price Value*.

Kata kunci : *Consumer Behavior, Emoney, Mobile Payment, Technology Adoption, UTAUT,*