

## ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan teknologi sudah mengubah cara hidup seseorang dari waktu ke waktu. Teknologi sangat diperlukan dalam menunjang kehidupan masyarakat modern yang terbiasa kecepatan, kemudahan, kepraktisan, keamanan dan kenyamanan. Inovasi industri teknologi dengan meningkatnya pertumbuhan fintech yang mengubah uang tunai menjadi non tunai, salah satunya dompet digital Gopay yang merupakan dompet digital paling banyak digunakan dan diminati. Namun masih terdapat masalah mengenai keluhan yang dirasakan konsumen saat menggunakan Gopay, melalui ulasan, artikel ataupun hasil pra-survey masih banyak pelayanan yang kurang baik yang didapati konsumen ketika menggunakan layanan Gopay. Jika di biarkan akan memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan dan hal tersebut akan merugikan pihak Gopay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *trust*, *perceived risk*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *intention to use* pada layanan gopay. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner.

Analisis data pada penelitian ini yaitu Kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif dan kausal. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non-probability* dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Sampel yang diperoleh 127 responden. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 26 dengan metode analisis yaitu uji analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *trust*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Sedangkan *perceived risk* mempunyai pengaruh negatif terhadap *intention to use* pada layanan Gopay. Dari hasil analisis koefisien determinasi variabel *trust* ( $X_1$ ), *perceived risk* ( $X_2$ ), *perceived usefulness* ( $X_3$ ), *perceived ease to use* ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap *intention to use* (Y) dengan hasil determinan sebesar 70,6% sedangkan sisanya sebesar 29,4% di pengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Trust, Perceived Risk, Perceived Usefulness, Perceived Ease To Use, Intention To Use.*