

ABSTRAK

Besarnya jumlah pengguna internet saat ini sangat mempengaruhi pola transaksi jual beli masyarakat Indonesia. Salah satu aktivitas sehari-hari yang paling terlihat perubahannya yaitu transaksi ekonomi dalam sistem pembayaran dari tunai menjadi non tunai yang dilakukan secara digital. Dimana terdapat berbagai jenis pembayaran non tunai seperti kartu kredit, kartu debit, dan dompet digital. Layanan yang kini digemari oleh masyarakat adalah transaksi pembayaran digital berbasis server atau biasa disebut *Mobile Payment*. OVO (PT Visionet Internasional) adalah sebuah dompet elektronik tempat penyimpanan uang elektronik serta untuk pembayaran transaksi di Indonesia. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen generasi Y dan Z pada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, skala pengukuran adalah skala likert. Populasi penelitian ini adalah pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bandung menggunakan teknik sampling nonprobability. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM). Pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menjurus pada tanggapan responden mengenai variabel *performance expectancy*, *social influence*, dan *behavior intention* masuka dalam kategori sangat baik. Hasil analisis dari SEM-PLS adalah *performance expectancy* dan *behavior intention* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavior intention*, serta *performance expectancy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *behavior intention* yang dimediasi oleh *social influence*.

Kata Kunci: *Mobile Wallet, OVO, Performance expectancy, social influence, behavior intention*