

ABSTRAK

Sebelum pandemi terjadi, penggunaan dompet digital selama tiga sampai lima tahun hanya sekitar 10%, namun meningkat sekitar 44% pengguna baru pada tahun 2020 yaitu saat terjadinya pandemi *Covid-19* melanda seluruh di dunia. Hal ini dikarenakan saat pandemi situasi mobilitas masyarakat lebih banyak di rumah untuk menghindari penyebaran virus sehingga kecenderungan belanja online di *e-commerce* dan mengandalkan *ewallet* sebagai alat pembayaran, bahkan penggunaan *ewallet* lebih banyak dipilih ketimbang dengan transfer dari rekening bank. Adapun dompet digital yang sering muncul dalam survey yaitu Gopay, OVO, Shopeepay, DANA, dan LinkAja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *Continuance Intention* pengguna *e-wallet* pasca pandemi *Covid-19*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi penyedia *e-wallet* dalam merencanakan strategi dan meningkatkan layanannya secara efektif kepada pengguna *e-wallet* di Indonesia.

Pendekatan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah model modifikasi *Technology Continuance Theory (TCT)* dengan teori *UTAUT2*. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Confirmation*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Satisfaction*, *Attitude*, *Habit* dan *Continuance Intention*.

Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner secara online dengan menggunakan *Google Form*. Responden pada penelitian ini berjumlah 275 responden yang merupakan pengguna *e-wallet*. Teknis analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan aplikasi *SmartPLS*.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa *Attitude* merupakan faktor yang paling mempengaruhi *Continuance Intention*, disusul dengan faktor *Habit*. Sedangkan variabel yang mempengaruhi *Continuance Intention* melalui mediasi *Attitude* adalah *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use* dan *Satisfaction*.

Penelitian ini menemukan bahwa faktor yang paling signifikan mempengaruhi minat penggunaan berkelanjutan pengguna *e-wallet* adalah *Attitude*. Penyelenggara *e-wallet* harus memberikan manfaat penggunaan dan kemudahan dalam penggunaan agar kepuasan dan sikap yang terus positif terhadap penggunaan *e-wallet* di masa yang akan datang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian mengenai minat berkelanjutan pada penggunaan *e-wallet* dengan menggunakan faktor lainnya selain *Habit* yang terdapat pada *UTAUT2*, faktor *loyalty program* dan *merchant*.

Kata Kunci: *e-wallet*, *Continuance Intention*, Modifikasi *TCT*, *post Covid-19*