

## ABSTRAK

Terdapat lima instrument pembayaran secara non-tunai, salah satunya yaitu *e-money*. Tcash, Dompetku, dan XL Tunai adalah *e-money* yang dikeluarkan oleh industri telekomunikasi di Indonesia. Bank Indonesia selaku otoritas sistem pembayaran telah meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan menggandeng pemerintah, perbankan, dan juga industri telekomunikasi. Namun, tingkat kesadaran masyarakat Indonesia terhadap transaksi non tunai masih rendah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor dari UTAUT 2 yang dapat mempengaruhi minat dan penggunaan *e-money* yang di keluarkan oleh operator telekomunikasi di Indonesia dengan menggunakan metode analisis SEM (Structural Equation Modeling) dengan SmartPLS 2.0 sebagai software statistik. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 385 orang pengguna *e-money* yang disebar dengan menggunakan googledocs ke tujuh kota besar di Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Lampung, Makasar, dan Balikpapan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Facilitating Conditions*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Behavioral Intention* dengan R<sup>2</sup> sebesar 0,62 atau 62%. Sedangkan *Facilitating Conditions*, *Habit*, dan *Behavioral Intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* dengan R<sup>2</sup> sebesar 0.52 atau 52%. Disamping itu, penelitian ini juga menyatakan bahwa *Age* terbukti memoderasi hubungan antara variabel EE→BI, FC→BI, dan H→BI. Sedangkan *gender* terbukti memoderasi hubungan antara variabel FC→BI dan H→BI. Faktor yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat untuk menggunakan *e-money* yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi di Indonesia adalah kondisi yang memfasilitasi terhadap penggunaan *e-money* serta faktor kesenangan dan kenyamanan dalam menggunakan *e-money*.

Kata Kunci: Minat Penggunaan, Perilaku Penggunaan, E-money, UTAUT 2