# ABSTRAK

Saat ini di beberapa negara telah mulai dikembangkan produk pembayaran elektronis yang dikenal sebagai *Electronic Money (e-money)* begitu pun dengan Negara Indonesia. Namun, masyarakat di Indonesia masih banyak yang memilih melakukan pembayaran secara tunai atau transfer lewat ATM sehingga penggunaan *e-money* masih belum maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan *e-money* di Indonesia. Model penelitian yang digunakan adalah model modifikasi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang terdiri dari beberapa variabel pengukur variabel *Behavioral Intention* diantaranya variabel *Performance Expectancy, Effort expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Trust* serta tiga variabel moderator yaitu *Age, Gender* dan *Educational Level.*

Pengumpulan data menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel minimum 110 responden. Responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 277 responden yang tersebar di lima kota di Indonesia yaitu kota Bandung, Jakarta, Surabaya, Medan dan Makassar. Dimana responden merupakan bukan pengguna namun mengetahui mengenai layanan *e-money* di Indonesia. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* WarpPLS versi 4.0.

Hasil penelitian menunjukan bahwa *Performance Expectancy, Effort expectancy, Social Influence, Perceived Trust* terhadap *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan, kecuali *Perceived Risk.* Moderator yang berpengaruh signifikan hanya moderator *educational level.*

Implikasi manajemen dari penelitian ini diharapkan perusahaan penerbit layanan *e-money* mengetahui faktor yang paling besar mempengaruhi minat masyarakat menggunakan layanan *e-money* yaitu *Perceived Trust* lalu diikuti faktor *Effort Expectancy, Social Influence* dan *Performance Expectancy.*



**Kata Kunci: *E-Money*, Modifikasi UTAUT 2, Minat masyarakat, WarpPLS**