

ABSTRAK

E-Toll adalah *e-money* yang dikeluarkan oleh Bank Mandiri yang telah bekerja sama dengan PT Jasa Marga pada tahun 2009. 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-Toll khususnya di wilayah Jabodetabek – Bandung 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 wilayah Jabodetabek dan Bandung

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 sebesar 0,29 atau 29%. Sedangkan *Facilitating Conditions*, *Habit*, dan *Behavioral Intention* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Use Behavior* dengan R sebesar 0.19 atau 19%. Disamping itu, penelitian ini juga menyatakan bahwa Age terbukti memoderasi hubungan antara variabel PE→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-Toll adalah rasa senang dan nyaman pengguna selama bertransaksi menggunakan kartu e-Toll.

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