

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era globalisasi menyebabkan perilaku konsumen cenderung menginginkan hal yang instan dan praktis. Karena teknologi menyebabkan pertukaran barang menjadi lebih cepat maka dibutuhkan alat transaksi yang lebih efektif dan efisien sehingga muncul *e-money* yang menjadi solusi untuk masalah tersebut. Hingga saat ini jumlah pengguna *e-money* terus meningkat namun ternyata hanya 25% *e-money* yang aktif digunakan dan sisanya pasif. Sehingga dilakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi minat pemakaian *e-money*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, keamanan, kepercayaan dan budaya terhadap minat pemakaian *e-money* di kota Bandung.

Variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan diambil dari teori UTAUT2 dengan menambahkan variabel eksternal keamanan, budaya dan kepercayaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan studi kausal. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder melalui teknik wawancara, kuesioner, serta studi pustaka. Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna dan bukan pengguna *e-money* di kota Bandung yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *probability sampling* kepada 100 dengan cara *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi liner berganda.

Dari hasil pengolahan data menunjukkan setiap variabel termasuk dalam kategori baik, ekspektasi kinerja 81.8%, ekspektasi usaha 81.2%, pengaruh sosial 80.2%, kondisi fasilitas 78.8%, motivasi hedonis 77.5%, nilai harga 80.2%, kebiasaan 82.7%, keamanan 78.9%, kepercayaan 82.5%, dan budaya 80.2%. Dari hasil uji t pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, keamanan, dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi minat pemakaian *e-money*. Dan ekspektasi usaha, ekspektasi usaha, kebiasaan serta budaya tidak berpengaruh terhadap minat pemakaian *e-money*. Hasil R-square memiliki nilai 0.948 yang artinya 94.8% variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan, keamanan, kepercayaan, kebiasaan dan budaya mempengaruhi minat pemakaian uang elektronik sedangkan 5.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kesimpulannya adalah pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, keamanan, dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi minat pemakaian *e-money*. Dan semua variabel dalam penelitian ini mendapatkan hasil yang baik namun masih ada hal – hal yang sebaiknya diperbaiki oleh perusahaan penerbit untuk meningkatkan minat pemakaian *e-money*.

Kata kunci : UTAUT2, keamanan, kepercayaan, budaya