

ABSTRAK

Teknologi selalu menawarkan banyak kemudahan serta inovasi baru bagi manusia dalam menjalani kehidupan yang lebih efektif dan efisien. Adanya perkembangan teknologi ini mempengaruhi perilaku masyarakat dalam kegiatan bertransaksi. Salah satu layanan *fintech* yang bergeser menjadi bagian dari gaya hidup saat ini yaitu pembayaran melalui uang elektronik seperti Gopay. Berdasarkan hasil pra survey, pengguna pada awalnya berniat untuk menggunakan Gopay karena adanya promo *cashback* sehingga menarik para pengguna untuk terus menggunakan Gopay. Untuk itu perlu diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna Gopay dalam penggunaan program *cashback*. Pendekatan yang diambil untuk mengetahui hal tersebut adalah dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang telah dimodifikasi dalam penelitian oleh Christino et al. (2019). Faktor-faktor yang diteliti dalam model modifikasi UTAUT 2 ini yaitu *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating condition, hedonic motivation, habit, ease of use, personal capacity, perceived risk dan behavioral aspects* yang dihubungkan terhadap *intention to use*. Selanjutnya *facilitating conditions, habit, behavioral aspects* dan *intention to use* yang dihubungkan terhadap *Use Behavior*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Populasi penelitian ini adalah pengguna Gopay dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS*.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa *Ease of Use* dan *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use*. Sedangkan *Intention to Use* dan *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Use Behavior*. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa minat untuk menggunakan program *cashback* dipengaruhi oleh faktor-faktor tingkat kemudahan dalam menggunakan program *cashback* Gopay dan tingkat kebiasaan untuk menggunakan program *cashback* Gopay. Lalu, penggunaan program *cashback* dipengaruhi oleh faktor-faktor niat untuk menggunakan program *cashback* Gopay dan tingkat kebiasaan untuk menggunakan program *cashback* Gopay.

Kata Kunci: Uang Elektronik, program *cashback*, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2)