

ABSTRAK

Dengan berkembangnya *financial technology*, maka sudah menjadi gaya hidup baru masyarakat Indonesia saat ini mengingat kelebihan yang ditawarkan sistem tersebut yaitu beragam manfaat serta kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Hal ini mendorong para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dengan pembayaran elektroniknya. Transaksi dengan pembayaran elektronik non-bank seperti *e-wallet* menjadi pilihan utama dengan porsi hampir 90% dari total volume transaksi. ShopeePay merupakan salah satu merek *e-wallet* yang telah mendapat izin resmi dari Bank Indonesia untuk menjadi salah satu alat pembayaran elektronik dalam bertransaksi. Saat ini, ShopeePay menjadi merek *e-wallet* dengan pengguna terbesar dan tercatat memiliki pangsa pasar dengan jumlah transaksi paling tinggi di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan ShopeePay dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis dengan memfokuskan pada variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *attitude towards using* terhadap *use behavior*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif menggunakan *Structural Equation Model – Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan 180 sampel pengguna ShopeePay.

Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards using*. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, *attitude towards using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. Namun *perceived usefulness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *use behavior*, dan *perceived ease of use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *use behavior* pada pengguna *e-wallet* ShopeePay.

Kata Kunci: *E-Wallet, Technology Acceptance Model, Use Behavior, SEM-PLS*