

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi semakin mengalami perubahan mulai dari revolusi industri 1.0 hingga 4.0, di era 4.0 ini terjadi peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia yang disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya terjadi perubahan gaya hidup masyarakat yang sebelumnya masih tradisional kini sudah mulai kearah digital. Salah satu aktivitas sehari-hari yang paling terlihat perubahannya yaitu transaksi ekonomi dalam sistem pembayaran dari tunai menjadi non tunai yang didominasi oleh penggunaan dompet digital. Dengan adanya perubahan dalam sistem pembayaran, kini semakin banyak penyedia layanan dompet digital yang muncul salah satunya OVO yang diciptakan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Tetapi ditengah perkembangan dompet digital OVO ini masih terdapat masyarakat yang lebih memilih melakukan transaksi pembayaran secara tunai, karena sebagian dari mereka belum memahami cara kerja dan belum mengetahui kemudahan serta keunggulan yang terdapat pada dompet digital OVO dalam melakukan berbagai macam layanan pembayaran.

Maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam penggunaan dompet digital OVO menggunakan model UTAUT2 dengan memfokuskan variabel independen *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* dan *habit* terhadap variabel dependen *use behavior* dengan melihat pengaruh dari *behavioral intention* sebagai variabel intervening. Sedangkan metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan populasi pengguna dompet digital OVO di Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 262 orang responden, untuk pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* yang diolah menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model* (PLS-SEM) dengan program SmartPLS versi 3.2.9. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa terdapat tujuh hipotesis yang diterima yaitu *social influence*, *hedonic motivation* dan *habit* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention*, serta *behavioral intention* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*.

Selanjutnya *social influence*, *hedonic motivation* dan *habit* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention*. Kemudian pada penelitian ini terdapat enam hipotesis yang ditolak yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy* serta *facilitating conditions* yang memiliki pengaruh secara positif terhadap *behavioral intention* tetapi tidak signifikan. Selanjutnya *performance expectancy*, *effort expectancy* dan *facilitating conditions* memiliki pengaruh yang positif terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* tetapi tidak signifikan. Adapun saran yang dapat penulis berikan untuk perusahaan adalah perusahaan perlu memperbaiki variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation* dan *habit*. Sedangkan untuk peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian pada perusahaan yang bergerak di bidang sejenis dan menggunakan variabel pendukung lainnya seperti *age*, *gender*, dan *experience*.

**Kata Kunci:** *Behavioral Intention*, Dompet digital, OVO, *Use behavior*, UTAUT2