

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah membentuk pola hidup baru bagi seluruh manusia, termasuk masyarakat Indonesia. Pengaruhnya tidak hanya terbatas pada pola menjaga kebersihan dan kesehatan, tetapi juga merambah ke dalam pola transaksi masyarakat. Berbagai instansi kesehatan dan pemerintahan secara aktif mendorong masyarakat untuk melakukan peralihan dari transaksi tunai menjadi transaksi non-tunai (*cashless*). Salah satu aplikasi *E-wallet* atau dompet digital yang populer digunakan di Indonesia adalah LinkAja. LinkAja merupakan layanan keuangan digital atau sebuah teknologi finansial (*fintech*) yang didirikan oleh Telkomsel bersama anggota Badan Usaha Milik Negara lainnya, yaitu Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara, Pertamina, Asuransi Jiwasraya, dan Danareksa pada Januari 2019. LinkAja menekankan “memenuhi kebutuhan esensial masyarakat” sebagai selling point utamanya. Selain itu, LinkAja juga menyediakan fitur lain seperti pembayaran QR Linkaja yang sudah mendukung QRIS, pengiriman dan penerimaan uang melalui aplikasi, pembelian dan pembayaran tagihan, pembayaran pajak dan retribusi, pembayaran transportasi, LinkAja syariah, kelola keuangan, dan login tanpa aplikasi. LinkAja mendapat lisensi keamanan dan operasional resmi dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2019, dan LinkAja mengimplementasikan strategi mitigasi bencana dengan membangun sistem keamanan berganda berdasarkan standar peraturan Bank Indonesia (BI). Peneliti bermaksud mencari tahu tingkat *acceptance* masyarakat Indonesia terhadap aplikasi LinkAja pada Post-Pandemi Covid-19 dengan menggunakan metode UTAUT 2 yang dimodifikasi mengikuti penelitian terdahulu. Peneliti memilih menggunakan metode UTAUT 2 karena metode ini merupakan model penelitian terbaru di bidang penerimaan/adopsi teknologi. Peneliti menggunakan variabel *Price Saving Orientation* untuk menggantikan variabel bebas *Price Value*. Data penelitian ini didapatkan dari 393 responden di seluruh Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Trust & Habit* memiliki pengaruh paling besar terhadap *Continuance Intention*.

Kata kunci: *Continuance Intention*; penerimaan teknologi; LINKAJA; UTAUT2 yang dimodifikasi; Indonesia