

ABSTRAK

Dalam era digitalisasi industri, teknologi informasi merupakan suatu bagian dari kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi ini terasa signifikan di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi pada layanan keuangan digital. Perkembangan ini memberikan kemudahan dan peluang baru bagi masyarakat untuk mengadopsi *financial technology (fintech)*. *E-wallet* adalah produk *fintech* berupa dompet digital yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk melakukan transaksi melalui ponsel genggam. Berbagai produk *e-wallet* bersaing ketat di pasar, salah satu produk *e-wallet* yang paling populer di Indonesia adalah GoPay. Keunggulannya yang berintegrasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan menjadikannya salah satu aplikasi dengan pengguna terbanyak. Penelitian kuantitatif ini menggabungkan model *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan variabel *Attitude toward the Behavior*, *Subjective Norms*, dan *Behavioral Intention to Use*, serta variabel eksternal *Feature Usability* dan *Accessibility*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari model TPB dan faktor *feature usability* dan *accessibility* terhadap niat perilaku pengadopsian teknologi layanan *fintech* khususnya *e-wallet* GoPay. Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan pendekatan Lemeshow untuk menentukan sampel penelitian dari populasi Generasi Z yang berlokasi di Pulau Jawa. Jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 384 mahasiswa aktif yang menggunakan aplikasi GoPay. Data yang dikumpulkan akan diolah dengan bahasa R *programming* dengan algoritma PLS-SEM menggunakan paket SEMinR. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan 6 dari 9 hipotesis penelitian atau 66.67% yang diajukan adalah signifikan. Penelitian ini menyatakan bahwa *attitude* dan *subjective norms* dapat memengaruhi *behavioral intention to use* dari pengadopsian layanan aplikasi GoPay, sementara *perceived behavioral control* tidak terbukti signifikan. *Feature usability* juga menunjukkan signifikansi terhadap *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*, sedangkan *accessibility* menunjukkan signifikansi hanya terhadap *attitude* dalam pengadopsian layanan GoPay.

Kata kunci— *aksesibilitas, e-wallet, usability fitur, fintech, TPB*.