

ABSTRAK

Teknologi transaksi keuangan atau *financial technology (fintech)* adalah inovasi transaksi keuangan dengan memanfaatkan teknologi. Munculnya perusahaan *fintech* berbasis digital menjadi tantangan baru bagi PT Pegadaian. Untuk menghadapi tantangan tersebut, PT Pegadaian merilis layanan *Pegadaian Digital Service*. Hadirnya *Pegadaian Mobile Service* diharapkan mampu mengoptimalkan tiga fungsi bisnis Pegadaian yaitu pembiayaan, Tabungan emas dan jasa pendanaan UMKM. Penggunaan *Pegadaian Digital Service* menunjukkan peningkatan dari jumlah pengguna aplikasi dari tahun 2020 sebanyak 2,1 hingga tahun 2022 sebanyak 3,07 juta. Namun pada tahun 2023 tidak terjadi peningkatan, justru terdapat penurunan sekitar 4.000 pengguna *Pegadaian Digital Service*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi penggunaan *Pegadaian Digital Service* wilayah Kota Bandung, Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model UTAUT-2 dengan perluasan model dengan menambahkan variable *Word of Mouth* pada nasabah pengguna *Pegadaian Digital*, yaitu mengkaji sejauhmana konstruksi PE, EE, SI, FC, HM, PV, Trust dan *Word of Mouth (WOM)* berpengaruh terhadap *Behavioural Intention* dan *Use Behavior* *Pegadaian Digital Service*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampling purposive menggunakan rumus slovin dengan jumlah responden 400 sampel. Data di analisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dan Structural Equation Modelling (SEM) dengan tools pengolah data SmartPLS. Hasil hipotesis yang disusun dalam penelitian ini adalah *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*, *Effort expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* dan *performance expectancy*, *Social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*, *Facilitating conditions* berpengaruh positif terhadap *use behavior mobile apps* *Pegadaian Digital*, *Hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*, *Price value* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention*, *Trust* berpengaruh positif terhadap *behavioural intention* dan *performance expectancy*, *Behavioural intention* berpengaruh positif terhadap *use behavior mobile apps* *Pegadaian Digital Service*, dan *Word of Mouth (WoM)* berpengaruh positif terhadap *use behavior mobile apps* *Pegadaian Digital*.

Kata Kunci: Transformasi Digital, *Pegadaian Digital Service*, UTAUT-2 Trust dan WOM