

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan, risiko, dan niat penggunaan berkelanjutan layanan *e-wallet*. Strategi riset yang diterapkan pada penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dan survei sebagai alat untuk memperoleh data primer. Metode pengumpulan data adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 216 orang. Kriteria responden pada penelitian ini adalah pengguna layanan *e-wallet* (OVO, DANA, ShopeePay, Gopay, dan LinkAja) yang berusia minimal 17 tahun. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dijalankan dengan menggunakan perangkat lunak SMART-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mobilitas, kustomisasi, keamanan, dan reputasi memiliki pengaruh positif pada kepercayaan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif pada niat penggunaan berkelanjutan, kepercayaan berpengaruh negatif pada persepsi risiko dan persepsi risiko tidak berpengaruh pada niat penggunaan berkelanjutan.

Kata kunci: Mobilitas, Kustomisasi, Keamanan, Reputasi, Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Niat Penggunaan Berkelanjutan

ABSTRACT

This study aims to examine the factors that influence trust, risk, and intention of continuous use of e-wallet services. The research strategy applied in this study is to use quantitative methods and surveys as a tool to obtain primary data. The data collection method is non-probability with a purposive sampling technique. The sample size in this study was 216 people. The criteria for respondents in this study are users of e-wallet services (OVO, DANA, ShopeePay, Gopay, and LinkAja) who are at least 17 years old. Data analysis using Structural Equation Modeling (SEM) which is run using SMART-PLS software. The results showed that mobility, customization, security, and reputation have a positive influence on trust. This study also shows that trust has a positive effect on the intention to continue using, trust has a negative effect on risk perception and risk perception has not effect on the intention to continue using.

Keywords: Mobility, Customization, Security, Reputation, Trust, Risk Perception, and Continued Use Intention