

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan dompet digital berbasis QR-code di Indonesia pasca-standardisasi melalui QRIS, serta menguji peran citra merek sebagai variabel moderasi. Pertumbuhan pesat transaksi QRIS telah menciptakan persaingan yang ketat antar penyedia layanan, sehingga diferensiasi merek menjadi krusial. Menggunakan kerangka teori UTAUT2, penelitian ini menguji pengaruh dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, dan nilai yang dirasakan. Desain penelitian ini adalah eksplanatori dengan metode survei yang mengumpulkan data dari 332 pengguna dompet digital di Indonesia. Data dianalisis menggunakan teknik Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga faktor memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan, yaitu Kondisi Fasilitas, Motivasi Hedonis, dan Nilai yang Dirasakan. Sebaliknya, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, dan Pengaruh Sosial tidak terbukti berpengaruh signifikan. Lebih lanjut, Citra Merek ditemukan hanya secara signifikan memoderasi (memperkuat) hubungan antara Kondisi Fasilitas dan niat penggunaan berkelanjutan. Temuan ini memberikan implikasi manajerial bahwa untuk membangun loyalitas di pasar yang kompetitif, penyedia layanan dompet digital perlu berfokus pada penyediaan ekosistem pendukung yang andal, menciptakan pengalaman pengguna yang menyenangkan, menawarkan proposisi nilai yang unggul, serta memanfaatkan citra merek untuk memaksimalkan dampak dari fasilitas yang disediakan.

**Kata Kunci:** Dompot Digital, QRIS, UTAUT2, Citra Merek, Niat Penggunaan Berkelanjutan

## ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the continuance intention to use QR-code-based digital wallets in Indonesia following standardization through QRIS, and to examine the role of brand image as a moderating variable. The rapid growth of QRIS transactions has created intense competition among service providers, making brand differentiation crucial. Using the UTAUT2 theoretical framework, this research investigates the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, and price value. The research design is explanatory, employing a survey method that collected data from 332 digital wallet users in Indonesia. The data were analyzed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique. The results indicate that three factors have a significant positive influence on continuance intention: Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, and Price Value. Conversely, Performance Expectancy, Effort Expectancy, and Social Influence were found to have no significant effect. Furthermore, Brand Image was found to only significantly moderate (strengthen) the relationship between Facilitating Conditions and continuance intention. These findings provide managerial implications that to build loyalty in a competitive market, digital wallet providers should focus on providing a reliable supporting ecosystem, creating an enjoyable user experience, offering a superior value proposition, and leveraging their brand image to maximize the impact of the facilities provided.

**Keywords:** Digital Wallet, QRIS, UTAUT2, Brand Image, Continuance Intention