

ABSTRAK

FAKTOR PENENTU CONTINUANCE INTENTION TO USE PADA E-WALLET ADOPTION DENGAN SATISFACTION DAN TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh
SALSABIL RACHMAWATI SYARIF
218334014

Pembimbing 1: H. Kartawan.
Pembimbing 2: H. Ade Komaludin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, terhadap *satisfaction* dan *trust*. (2) Pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, terhadap *continuance intention to use*. (3) Pengaruh *satisfaction* dan *trust* terhadap *continuance intention to use* pengguna *E-Wallet*. (4) Pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, melalui *satisfaction* dan *trust* terhadap *continuance intention to use* pengguna *E-Wallet*. Hasil penelitian ini berjenis kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan data primer serta menggunakan teknik analisis *partial least square – structural equation model* (PLS-SEM). Hasil penelitian dengan menggunakan PLS-SEM menyimpulkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif signifikan antara *perceived ease of use* dan *perceived security* terhadap *satisfaction* pengguna *E-Wallet*, namun *perceived usefulness* berpengaruh positif dan tidak signifikan. (2) terdapat pengaruh positif signifikan antara *perceived ease of use* dan *perceived security* terhadap *trust* pengguna *E-Wallet*, namun *perceived usefulness* berpengaruh positif dan tidak signifikan (3) terdapat pengaruh positif signifikan antara *perceived ease of use* dan *perceived security* terhadap *continuance intention to use* pengguna *E-Wallet*, namun *perceived usefulness* berpengaruh positif dan tidak signifikan. (4) terdapat pengaruh positif signifikan antara *satisfaction* dan *trust* terhadap *continuance intention to use* pengguna *E-Wallet*. (5) terdapat pengaruh positif signifikan antara *perceived ease of use* dan *perceived security* terhadap *continuance intention to use* pengguna *E-Wallet* melalui *satisfaction* dan *trust* sebagai variabel intervening, namun *perceived usefulness* berpengaruh positif dan tidak signifikan.

Kata kunci: *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, *satisfaction*, *trust* serta *continuance intention to use*.