

## ABSTRAK

Perkembangan era digitalisasi di Indonesia menunjukkan adanya kemajuan yang semakin pesat pada bidang teknologi informasi, terutama pada sistem pembayaran digital. Munculnya berbagai macam dompet digital atau (*e-wallet*) menyebabkan semakin populernya penggunaan produk-produk fintech oleh masyarakat tepatnya ketika merebaknya virus covid-19 di Indonesia. Hal ini menimbulkan adanya peningkatan yang signifikan dalam penggunaan dompet digital (*e-wallet*) di Indonesia bersamaan dengan menyebarnya wabah covid-19. GoPay merupakan salah satu layanan dompet digital yang tersedia pada aplikasi Gojek yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai macam pembayaran digital. Namun, keberadaan GoPay mulai tergeser dengan munculnya berbagai macam dompet digital baru dan ketatnya persaingan dompet digital di Indonesia. Hal tersebut menyebabkan GoPay mengalami penurunan jumlah pengguna dan total pangsa pasar. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat berkelanjutan yang dimediasi oleh kepercayaan. Selain itu, terdapat inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya pada hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat berkelanjutan. Sehingga, fenomena dan kesenjangan tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna. Pengambilan data pada penelitian ini melibatkan 125 responden dengan kriteria pengguna GoPay yang sedang atau berdomisili di Semarang dengan minimal usia 17 tahun, dan pernah melakukan transaksi 2 kali dalam 1 bulan terakhir. Teknik analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) melalui program AMOS.

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Selanjutnya, persepsi manfaat dan persepsi risiko berpengaruh positif namun tidak dapat mempengaruhi minat berkelanjutan. Sementara, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berkelanjutan. Kemudian yang terakhir, kepercayaan yang berperan sebagai variabel intervening terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, Minat Berkelanjutan.