

ABSTRAK

Teknologi dan internet telah secara signifikan mengubah gaya hidup dan perilaku. Salah satu kemajuan dalam teknologi keuangan adalah pembayaran seluler. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh nilai sosial (*Social Value*), nilai moneter (*Monetary value*), persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*), dan persepsi kepercayaan (*Perceived trust*) terhadap loyalitas hijau (*Green loyalty*) di antara pengguna pembayaran seluler di Provinsi Jawa Tengah, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sebanyak 250 responden diikutsertakan dalam penelitian ini, dan data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai moneter tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas hijau. Persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas hijau. Namun, nilai sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas hijau. Selain itu, kepuasan pelanggan ditemukan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas hijau. Temuan ini memberikan wawasan bagi penyedia layanan pembayaran seluler untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pemahaman mendalam tentang nilai-nilai yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap literatur mengenai nilai sosial, nilai moneter, persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas hijau, serta rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Social Value; Monetary value; Perceived usefulness; Perceived usefulness; Green loyalty*