

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi dibidang informasi, komunikasi, dan ekonomi memunculkan adanya inovasi baru dibidang teknologi keuangan yang dikenal dengan *mobile payment*. Di Indonesia, terdapat empat *mobile payment* terbesar yaitu GOPAY, OVO, DANA, dan LinkAja. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa tingkat penggunaan keempat *mobile payment* ini cukuplah masif di indonesia bahkan selalu meningkat dari tahun ke tahun. Berangkat dari fenomena ini, tentu terdapat alasan yang mendorong masyarakat untuk terus menggunakan teknologi keuangan tersebut. Pendekatan UTAUT dan daya tarik promosi dipilih dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor manakah yang menjadi preferensi dari para pengguna *mobile payment* untuk terus menggunakan kembali teknologi keuangan ini.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 orang dari tiap objek yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Data diperoleh dari kuesioner yang didistribusikan secara online kepada sampel dari keempat objek *mobile payment* yang berbeda (GOPAY, OVO, DANA, dan LinkAja) sehingga total diperoleh 240 orang. Data yang diperoleh dari kuesioner ini kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS 23.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan UTAUT dan Daya Tarik Promosi memiliki pengaruh yang unik terhadap niat menggunakan kembali pada *mobile payment* yang berbeda. Selain itu terdapat pula faktor dominan yang juga mempengaruhi niat menggunakan kembali dari tiap mobile payment ini.

Kata kunci: *Mobile Payment*, UTAUT, Daya Tarik Promosi, Niat Menggunakan Kembali