

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk membangun *customer value* melalui faktor tekanan waktu untuk membeli dan derajat diferensiasi produk dalam meningkatkan minat bertransaksi ulang menggunakan uang elektronik (Studi pada pengguna uang elektronik *e-Money* di Kota Semarang).

Sampel pada penelitian ini adalah pengguna uang elektronik *e-Money* di Kota Semarang, sejumlah 102 responden. *Structural Equation Model* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa *customer value* melalui faktor tekanan waktu untuk membeli berpengaruh positif dalam meningkatkan minat bertransaksi ulang menggunakan uang elektronik.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa tekanan waktu untuk membeli berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi ulang menggunakan uang elektronik, tekanan waktu untuk membeli berpengaruh positif terhadap *customer value*, derajat diferensiasi produk tidak berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi ulang menggunakan uang elektronik, dan *customer value* berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi ulang menggunakan uang elektronik.

Kata Kunci : Tekanan Waktu Untuk Membeli, Derajat Diferensiasi Produk, *Customer Value*, Minat Bertransaksi Ulang Menggunakan Uang Elektronik.