

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *PERCEIVED ENJOYMENT* TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI *E-SATISFACTION* PADA *E-WALLET GOPAYLATER* PADA MAHASISWA YANG BERDOMISILI DI KABUPATEN SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

MUHAMMAD HADZIQ AL ICHSAN

NIM. 141200152

EMAIL: M.hadziqalichsan@gmail.com

Pembimbing : Surpiko Hapsoro Darpito, S.E., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* pada *e-wallet Gopaylater* (survey pada mahasiswa yang berdomisili di Sleman, Yogyakarta). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey dan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah 105 mahasiswa pengguna layanan *Gopaylater* yang berdomisili di Sleman, Yogyakarta, menggunakan data primer dengan metode *purposive sampling*. Metode analisis data berupa analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis berbasis *Smart PLS* (Partial Least Square) 4.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Perceived ease of use* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada *e-wallet Gopaylater*, (2) *Perceived enjoyment* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada *e-wallet Gopaylater*, (3) *Perceived ease of use* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada *e-wallet Gopaylater*, (4) *Perceived enjoyment* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* pada *e-wallet Gopaylater*, (5) *E-satisfaction* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* pada *e-wallet Gopaylater*, (6) *E-satisfaction* memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap *continuance intention* pada *e-wallet Gopaylater*, (7) *E-satisfaction* memediasi pengaruh *perceived enjoyment* terhadap *continuance intention* pada *e-wallet Gopaylater*.

Kata kunci : *Perceived Ease Of Use, Perceived Enjoyment, E-Satisfaction Dan Continuance Intention*