

ABSTRACT

The purpose of this research is to test and analyze research hypotheses and explaining the influence of time pressure and perceived transaction risk to re-transaction intention through customer value, as intervening variable. The methods of data collection used in this research are literature review and questionnaires with 5 points of semantic differential scale. Sampling methods used in this research is purposive sampling, researches deliberately chooses the sample and set specific provisions according to the purpose of the research. The sample in this research is people who have made transaction using e-money TapCash BNI are at least 17 years old, with amount of the respondent is 100. The result of this research show time pressure has positive and significant influence on customer value, perceived transaction risks has negative and significant influence on re-transaction intention, customer value has positive and significant influence on re-transaction intention. The result of sobel test indicating that customer value is significant as mediating variable in influence of time pressure to re-transaction intention, but not significant is mediating the influence of perceived transaction risks to re-transaction intention.

Keyword : e-money, time pressure, perceived transaction risk, customer value and re-transaction intention.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis hipotesis penelitian serta menjelaskan pengaruh dari tekanan waktu dan persepsi risiko transaksi terhadap minat bertransaksi ulang melalui *customer value*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan kuesioner dengan pengukuran semantik diferensial dengan 5 poin skala. Teknik Sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* di mana peneliti memilih sampel secara sengaja dan menetapkan ketentuan-ketentuan khusus sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang telah melakukan transaksi menggunakan uang elektronik TapCash BNI berusia minimal 17 tahun sebanyak 100 responden. Hasil menunjukkan bahwa tekanan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer value*, persepsi risiko transaksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *customer value*, tekanan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang, persepsi risiko transaksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang, *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi ulang. Hasil dari sobel test menunjukkan bahwa variabel *customer value* signifikan mampu memediasi pengaruh variabel tekanan waktu terhadap minat bertransaksi ulang, namun variabel *customer value* tidak dapat memediasi pengaruh persepsi risiko transaksi terhadap minat bertransaksi ulang.

Kata Kunci : Uang Elektronik, Tekanan Waktu, Persepsi Risiko Transaksi, *Customer Value* dan Minat Bertransaksi Ulang.