

ABSTRAK

E-wallet adalah bentuk lain dari uang yang disimpan secara elektronik didalam sistem yang telah terkoneksi dengan internet. *E-wallet* telah banyak menggantikan cara pembayaran dengan kartu debit dan kartu kredit. Penggunaan *e-wallet* didasarkan adanya rasa percaya yang diharapkan memberikan rasa puas dan juga munculnya rasa cinta, sehingga pengguna dapat melakukan *word of mouth* mengenai *e-wallet* pada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trust* pada *brand love*, *trust* pada *satisfaction* yang didukung oleh *experience*, serta bagaimana *satisfaction* dan *brand love* yang didukung *experience* dapat memunculkan *word of mouth*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuisioner dan metode PLS dengan menggunakan SmartPLS2. Responden dari penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki dan menggunakan aplikasi *e-wallet* berjumlah 226 orang yang dikumpulkan dengan menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *trust* terhadap *brand love*, *trust* terhadap *satisfaction*, *brand love* terhadap *word of mouth*, *satisfaction* terhadap *word of mouth*, *trust* terhadap *word of mouth*. Namun terdapat hipotesis yang tidak memiliki pengaruh yaitu ketika *experience* memoderasi hubungan *trust* terhadap *satisfaction*, dan *experience* yang memoderasi hubungan *brand love* terhadap *word of mouth*

Kata kunci : *e-wallet, trust, brand love, satisfaction, word of mouth, experience*