

ABSTRAK

Bainatul Saputri Nur Aulia, 2026. Pengaruh Citra Merek Dan *Electronic word of mouth* Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay Pada Kalangan Generasi Z Di Kelurahan Kebun Bunga. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, SHI,MSI dan Dr. H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI

Kata Kunci: Citra merek, *Electronic word of mouth*, Generasi Z.

Perkembangan teknologi informasi pada era digital mendorong transformasi sistem transaksi keuangan melalui layanan financial technology, khususnya dompet digital yang semakin diminati oleh Generasi Z. ShopeePay sebagai salah satu dompet digital yang berkembang pesat masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti kehilangan saldo tanpa riwayat transaksi dan kurang responsif layanan konsumen, kondisi tersebut menunjukkan adanya faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh citra merek dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan penggunaan ShopeePay, baik secara simultan maupun parsial pada Generasi Z di Kelurahan Kebun Bunga.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden dengan teknik accidental sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda yang meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F, dan uji t, dengan bantuan software SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan citra merek dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Secara parsial, kedua variabel juga mempengaruhi dan signifikan. Pada nilai koefisien determinasi sebesar 66,6% menunjukkan bahwa variabel penelitian mampu menjelaskan keputusan penggunaan, sedangkan 33,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan persepsi merek dan informasi digital berperan penting dalam membentuk keputusan penggunaan ShopeePay.