

## ABSTRAK

*Financial technology (fintech)* telah menjadi salah satu layanan keuangan yang sering digunakan dalam melakukan aktivitas keuangan sehari-hari. Dengan berkembangnya *fintech*, digalakkan *cashless society* dengan menciptakan inovasi uang elektronik bernama *e-wallet*. ShopeePay menjadi salah satu aplikasi penyedia layanan *e-wallet* yang terintegrasi dengan *e-commerce* ShopeePay. Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan fitur layanan menjadi hal yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan ketika menggunakan ShopeePay.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan metode penelitian lapangan (*field research*). Data dikumpulkan dari 100 responden melalui teknik *simple random sampling* dengan menggunakan kuesioner. Hasil data yang diperoleh tersebut diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25.

Menurut temuan penelitian, pengujian parsial yang berfokus pada persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kecenderungan untuk menggunakan *fintech* ShopeePay untuk tujuan transaksional. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} (4,093) > t_{tabel} (1,985)$ , dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Variabel efektivitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kecenderungan bertransaksi melalui *fintech* ShopeePay. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} (4,656) > t_{tabel} (1,985)$ , dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Utilitas variabel fitur layanan tidak menunjukkan pengaruh yang positif atau signifikan terhadap kecenderungan melakukan transaksi melalui *fintech* ShopeePay. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} (1,585) < t_{tabel} (1,985)$ , dengan nilai signifikansi sebesar  $0,116 > 0,05$ .

**Kata Kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Fitur Layanan, Transaksi, *Fintech*, ShopeePay, Gen Z**