

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong munculnya dompet digital di Indonesia, salah satunya yaitu OVO. generasi Z tumbuh sebagai generasi yang memiliki kecenderungan tinggi dengan teknologi, terutama dalam memanfaatkan layanan keuangan digital dalam kegiatan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan OVO pada generasi Z di Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan jumlah 100 responden generasi Z di Kota Semarang dengan jumlah penduduk 460.788 dari 16 Kecamatan, data dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan, promosi OVO, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO, sedangkan variabel kepercayaan konsumen negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO pada generasi Z di Kota Semarang. Untuk meningkatkan keputusan penggunaan OVO pada generasi Z di Kota Semarang, perusahaan OVO perlu meningkatkan kemudahan fitur aplikasi, memperluas promosi, dan menyesuaikan layanan dengan gaya hidup generasi muda.

Kata Kunci: Keputusan Penggunaan, Generasi Z, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen, Promosi, Gaya Hidup.