

ABSTRAK

Nama : Wahyu Budi Santoso
NIM : 43117110191
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay pada saat Pandemic Covid-19
Pembimbing : Dudi Permana, M.M., Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek, promosi dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan ShopeePay pada saat pandemic Covid-19. Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Promosi adalah kegiatan menginformasikan mengenai produk dan jasa kepada konsumen agar dapat dikenal dan membujuk konsumen untuk dapat membeli produk dan jasa. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Keputusan penggunaan merupakan sebuah seleksi atau pemilihan terhadap berbagai pemilihan alternatif atau dengan kata lain, merupakan suatu keharusan bagi setiap konsumen dalam melaksanakan sebuah keputusan penggunaan yang benar-benar dibutuhkan oleh konsumen itu sendiri. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, promosi dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ShopeePay Pada Saat Pandemic Covid-19.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Gaya Hidup, Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

Name : Wahyu Budi Santoso
NIM : 43117110191
Study Program : SI Management
Thesis title : *The Influence of Brand Image, Promotion and Lifestyle on Decisions to Use ShopeePay during the Covid-19 Pandemic*
Counsellor : Dudi Permana, M.M., Ph.D

This study aims to examine and analyze the influence of brand image, promotion and lifestyle on the decision to use ShopeePay during the Covid-19 pandemic. Brand image is the perceptions and beliefs held by consumers, as reflected by the associations embedded in consumer memory. Promotion is an activity of informing consumers about products and services so they can be recognized and persuade consumers to buy products and services. A person's lifestyle is a person's pattern of life which is expressed in their activities, interests, and opinions. The decision to use is a selection or selection of various alternative choices or in other words, is a must for every consumer in carrying out a usage decision that is really needed by the consumer himself. The number of samples used in this study were 100 respondents. Sampling technique with purposive sampling. Methods of data analysis using SEM-PLS. The results of this study indicate that brand image, promotion and lifestyle have a positive and significant effect on the decision to use ShopeePay during the Covid-19 Pandemic.

Keywords: *Brand Image, Promotion, Lifestyle, Usage Decision*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA