

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital pada era globalisasi modern memberikan pengaruh positif bagi perekonomian Indonesia, terutama adanya perubahan dalam metode pembayaran. Dengan adanya kemajuan teknologi digital yang semakin maju membuat metode pembayaran dengan menggunakan uang tunai, kartu ATM, dan transfer melalui ATM mulai beralih ke sistem pembayaran digital. Mengingat juga selama pandemi Covid 19 pemerintah menganjurkan kepada masyarakat untuk mengurangi kontak fisik agar menghambat penyebaran Covid 19, hal tersebut berdampak pada perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi.

ShopeePay merupakan penyedia layanan pembayaran digital yang mudah, aman, dan memuaskan. ShopeePay merupakan bagian dari SeaMoney, layanan finansial digital milik Sea Group. Saat ini, ShopeePay telah hadir di lebih dari 500 kota dan kabupaten di Indonesia dan akan terus memperluas penerimaannya agar dapat menjangkau lebih banyak pengguna.

Metode yang digunakan penelitian ini, yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu Mahasiswa yang berdomisili Tangerang Selatan dan menggunakan ShopeePay dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden. Teknik analisis yang akan digunakan yaitu uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan *software SPSS for windows* menunjukkan bahwa *digital marketing*, *brand trust*, berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap keputusan menggunakan ShopeePay.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Brand Trust*, Keputusan Menggunakan