

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan *brand image* terhadap keputusan penggunaan *electronic wallet* Gopay di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang mahasiswa pengguna Gopay dengan rentan usia 18 hingga 25 tahun. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* untuk memperoleh sampel yang memenuhi kriteria. Data pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert, selanjutnya data dianalisis melalui analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan harga dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Gopay sebagai metode pembayaran di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci : harga, *brand image*, keputusan penggunaan.

ABSTARCT

This study's objective is to identify the effect of price and brand image on decision to use electronic wallet Gopay among university students. Sample in this study is 100 students that are Gopay user with an age range of 18 to 25 years. The sampling technique in this study used non-probability sampling with a purposive sampling method to obtain samples that met the criteria. The data in this study are primary data obtained from data collection using a questionnaire measured by a Likert scale, then the data is analyzed through multiple linear regression analysis with the help of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 23). The results showed that price and brand image partially and simultaneously influence decisions use of Gopay as a payment method among university students.

Keywords : price, brand image, usage decision.