

ABSTRAK

Mega Anindya Jati. 2025. Pengaruh Gaya Hidup dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Aplikasi *E-Wallet* OVO di Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Apriyanti, S.M., M.M. (II) Metikasmike, S.M., M.M.

Perkembangan teknologi dan digitalisasi keuangan telah mengubah pola transaksi masyarakat, termasuk meningkatnya penggunaan aplikasi *e-wallet* seperti OVO. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan aplikasi OVO di Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 346 responden yang merupakan pengguna OVO di Kota Madiun. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, sementara analisis data menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan *software* statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan OVO. Semakin tinggi gaya hidup digital seseorang, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan OVO sebagai alat pembayaran. Selain itu, E-WOM juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna. Rekomendasi dan ulasan positif dari pengguna lain meningkatkan kepercayaan serta minat calon pengguna untuk menggunakan aplikasi ini. Berdasarkan temuan ini, perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasaran berbasis komunitas digital serta memperkuat sistem *reward* dan program loyalitas untuk mempertahankan pengguna.

Kata kunci: gaya hidup, *electronic word of mouth*, keputusan konsumen, *e-wallet*, OVO.

ABSTRACT

Mega Anindya Jati. 2025. The Influence of Lifestyle and Electronic Word of Mouth On Consumer Decisions to Use the OVO E-Wallet Application in Madiun. Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Advisors (I) Dr. Apriyanti, S.M., M.M. (II) Metikasmike, S.M., M.M.

The development of technology and financial digitalization has changed people's transaction patterns, including the increasing use of e-wallet applications such as OVO. This study aims to analyze the influence of lifestyle and electronic word of mouth (E-WOM) on consumer decisions in using the OVO application in Madiun City. This study uses a quantitative approach with a survey method. The research sample consisted of 346 respondents who were OVO users in Madiun City. The data collection technique was carried out through a questionnaire, while data analysis used the multiple linear regression method with the help of statistical software. The results of the study showed that lifestyle had a positive and significant effect on the decision to use OVO. The higher a person's digital lifestyle, the more likely they are to use OVO as a means of payment. In addition, E-WOM also has a significant influence on user decisions. Recommendations and positive reviews from other users increase the trust and interest of potential users to use this application. Based on these findings, companies can improve digital community-based marketing strategies and strengthen reward systems and loyalty programs to retain users.

Keywords: lifestyle, electronic word of mouth, consumer decisions, e-wallet, OVO.