

ABSTRAK

**PENGARUH IKLAN, *CASHBACK*, DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN SHOPEEPAY TERHADAP KEPUTUSAN
KEUANGAN**

(Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas
Sanata Dharma Yogyakarta Angkatan 2021-2023)

Searly

NIM: 212114136

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh iklan, *cashback*, dan kemudahan penggunaan shopeepay terhadap keputusan keuangan mahasiswa. Dalam era yang semakin maju terutama dalam konteks penggunaan *e-wallet* keputusan keuangan pribadi menjadi sangat penting untuk mencegah masalah finansial di masa depan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh menggunakan kuesioner *online*. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2021, 2022, dan 2023. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa Iklan dan *Cashback* Shopeebay tidak berpengaruh terhadap Keputusan Keuangan mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Kemudahan Penggunaan Shopeebay berpengaruh terhadap Keputusan Keuangan mahasiswa program studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma.

Kata Kunci: Iklan, *Cashback*, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Keuangan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF ADVERTISING, CASHBACK, AND EASE OF USE OF SHOPEEPAY ON THE FINANCIAL DECISIONS

*(A Case Study of Sanata Dharma University Yogyakarta
Accounting Students Class of 2021-2023)*

Searly

NIM: 212114136

Sanata Dharma University Yogyakarta

2025

This study aims to determine whether there is an influence of advertising, cashback, and ease of use of shopeepay on the financial decisions of Sanata Dharma University Accounting students class of 2021, 2022, and 2023. In an increasingly advanced era, especially in the context of using e-wallets, personal financial decisions are very important to prevent financial problems in the future.

This study used a quantitative method. The research data were primary data obtained through an online questionnaire. The population in this study consisted of students from the Accounting Study Program at Sanata Dharma University class of 2021, 2022, and 2023. The sampling technique was disproportionate non-probability sampling. The data analysis technique was multiple linear regression analysis.

The results of this analysis showed that Shopeebay advertisements and cashback not influenced the financial decisions of Accounting students at Sanata Dharma University. The ease of use of Shopeebay influenced the financial decisions of Accounting students at Sanata Dharma University.

Key word: Advertising, Cashback, Ease of Use, Financial Decisions