

ABSTRAK

Pertumbuhan pengguna internet yang tinggi menjadi salah satu faktor perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat penggunaan transaksi digital juga naik signifikan. Peningkatan transaksi digital ini didukung oleh perubahan gaya hidup *cashless* masyarakat, dimana ini sejalan dengan program BI untuk menciptakan *cashless society*. Salah satu bank yang mendukung program ini yaitu BTPN dengan mengeluarkan layanan Jenius yang telah mendapatkan penghargaan *Best Digital Banking in Indonesia Country Award 2018* dari Asian Banker. Hal ini dapat dikaitkan bahwa tinggi rendahnya penggunaan aplikasi Jenius dapat dipengaruhi oleh gaya hidup *cashless*. Maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh gaya hidup *cashless* terhadap proses keputusan penggunaan Jenius. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuisioner dan menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang variabel aktivitas, minat, opini termasuk dalam kategori “tinggi” dengan persentase rata-rata sebesar 79,7% dan untuk variabel proses keputusan pembelian termasuk dalam kategori “tinggi” dengan persentase 78,4%. Berdasarkan hasil uji T, variabel aktivitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial, variabel opini dan minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Sementara berdasarkan hasil uji F dan koefisien determinasi ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian sebesar 61,3% sedangkan 38,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Digital Banking, Proses Keputusan Pembelian, *Cashless Society*