

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas transaksi *e-commerce* Shopee terhadap tingkat penggunaan *mobile banking* masyarakat generasi Z Kota Blitar. Data dari penelitian ini merupakan data primer yang didapat secara langsung menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada masyarakat generasi Z Kota Blitar dan mendapatkan 75 responden. Disamping itu peneliti melakukan observasi berupa wawancara terkait alasan penggunaan shopee kepada 12 responden. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier sederhana. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas transaksi shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penggunaan *mobile banking* dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$.

Kata Kunci : Intensitas Transaksi, Shopee, *Mobile Banking*