

## ABSTRAK

Pandemi *COVID-19* memberikan banyak sekali perubahan pada cara hidup masyarakat. Seiring dengan pesatnya perubahan teknologi, termasuk *financial technology*, pengaruh perubahan semakin berkesinambungan. Teknologi finansial yang berperan dalam sistem pembayaran mengubah peran dominan uang tunai sebagai alat pembayaran menjadi Uang elektronik. Uang Elektronik atau yang lebih dikenal dengan *e-money* merupakan salah satu bentuk *financial technology* dengan sistem pembayaran yang mudah, cepat, dan efisien untuk digunakan oleh masyarakat. *E-money* kini telah merambah setiap iv naniv kehidupan, termasuk aplikasi yang terdapat smartphone pribadi. Salah satunya dari aplikasi Shopee, dimana ShopeePay menghadirkan layanan uang elektronik / e-money. Selama iv nanivng *COVID-19*, banyak orang memusatkan kebutuhan konsumsi mereka pada belanja online barang atau produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, sebagai tindakan pencegahan *COVID-19* dan mengikuti protokol tinggal di rumah. Konsumen mengikuti instruksi Pemerintah untuk mempromosikan pembayaran tanpa uang tunai, dan salah satunya menggunakan E-money ShopeePay. Seiring dengan berkembangnya ShopeePay, pelanggan Shopee dihadapkan pada perasaan puas atau tidak puas dalam menggunakan ShopeePay. Dalam penelitian ini, menguji peran mediasi pengalaman pelanggan pada hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan E-Money ShopeePay dan kepuasan pelanggan. Menggunakan model SEM-PLS berdasarkan kuesioner online dari 125 responden. Hasil yang diharapkan berfokus pada penentuan pengaruh signifikan pengalaman pelanggan terhadap hubungan antara Kemudahan Penggunaan *E-Money* ShopeePay yang dirasakan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini unik karena berfokus pada pemodelan hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan *E-Money* ShopeePay, kepuasan pelanggan, dan pengalaman pelanggan Generasi Z selama Pandemi *COVID-19* dalam satu model empiris. Kontribusi berharga dari penelitian ini adalah rekomendasi kepada Shopee dan penyedia E-Money ShopeePay untuk iv nan menjaga keseimbangan pengalaman pelanggan atas kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan *e-money* shopeepay untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama di era iv nanivng *COVID-19*.

**Kata kunci:** persepsi kemudahan penggunaan; Uang Elektronik FinTech ShopeePay; kepuasan pelanggan; pengalaman pelanggan; Generasi Z; Pandemi COVID-19