

ABSTRAK

Noraesa Mulia (15059087) : ***Pengaruh Perceived Benefits, dan Perceived Web Quality terhadap Consumer Attitudes towards Online Shopping melalui Trust sebagai Mediasi pada Mahasiswa E-Commerce Shopee (Studi kasus mahasiswa Universitas Negeri Padang pengguna Shopee)***

Pembimbing : **Erni Masdupi, SE, M.Si, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *perceived benefits* terhadap *consumer attitudes towards online shopping* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (2) pengaruh *perceived web quality* terhadap *perceived benefits* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (3) Pengaruh dalam *consumer attitudes towards online shopping* melalui *trust* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (4) Pengaruh *perceived web quality* terhadap *consumer attitudes towards online shopping* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (5) Pengaruh *trust* terhadap *consumer attitudes towards online shopping* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Shopee. Sampel yang digunakan sebanyak 240 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan diproses dengan menggunakan SPSS dan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Perceived benefits* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *consumer attitudes towards online shopping* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (2) *Perceived web quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived benefits* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (3) *Perceived web quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *trust* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (4) *Perceived web quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *consumer attitudes towards online shopping* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang (5) *Trust* tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *consumer attitudes towards online shopping* pada mahasiswa pengguna Shopee di Universitas Negeri Padang.

Kata Kunci: *Perceived Benefits, Perceived Web Quality, Trust, Consumer Attitudes towards Online Shopping.*