

ABSTRAK

Afif Muhammad Adventure (2017/17059226) : **Pengaruh *Perceived Security* dan *User Mobility* Terhadap *Intention to Reuse m-payment ShopeePAY* Dengan *Perceived Usefulness* Sebagai Variabel Mediasi Mahasiswa di kota Padang**

Dosen Pembimbing : **Yunita Engriani, S.E M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) pengaruh *perceived security* terhadap *intention to use* pada siswa pengguna *mobile payment ShopeePAY* yang dimediasi oleh *perceived usefulness* di kota Padang. (2) Pengaruh mobilitas pengguna terhadap niat penggunaan pembayaran *mobile* pada mahasiswa *ShopeePAY* dimediasi oleh persepsi kegunaan di kota Padang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah mahasiswa pengguna *mobile payment ShopeePAY* dan sampel yang digunakan adalah mahasiswa pengguna *mobile payment ShopeePAY* di kota Padang minimal 1 kali pemakaian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 159 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dan pengolahan data menggunakan *software* PLS (Partial Least Square).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. (1) *Perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran *mobile ShopeePAY*. (2) Mobilitas pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran *mobile ShopeePAY*. (3) *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran *mobile ShopeePAY*. (4) *Perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat mahasiswa pengguna *mobile payment ShopeePAY* di kota Padang. (5) Mobilitas pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat pengguna pembayaran seluler *ShopeePAY* di kota Padang (6) Persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran seluler *ShopeePAY* yang dimediasi oleh persepsi manfaat. (7) Mobilitas pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran *mobile ShopeePAY* yang dimediasi oleh *perceived usefulness*.

Kata Kunci : ***Perceived Security, User Mobility, Perceived Usefulness, Intention to Reuse***