

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***