

ABSTRAK

Desi Novita (2020/20059252) :Pengaruh *perceived security, trust, perceived privacy* terhadap *continuance use intention* pengguna aplikasi Shopee dimediasi oleh *satisfaction*.
Dosen Pembimbing :Astra Prima Budiarti, S.E, B.B.A.Hons,MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) *perceived security, trust, perceived privacy* terhadap *continuance use intention* pengguna aplikasi Shopee dimediasi oleh *satisfaction* di Sumatra Barat. (2) Pengaruh keamanan, kepercayaan, privasi terhadap niat melanjutkan pengguna aplikasi Shopee dimediasi oleh kepuasan di Sumatra Barat.

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh pengguna aplikasi Shopee dan sampel yang digunakan adalah pengguna aplikasi Shopee di Sumatra Barat minimal 1 kali menggunakan Shopee untuk belanja *online*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 300 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online (google form)* dan pengelolaan data menggunakan *software PLS (Partial Least Square)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa. (1) *Perceived security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* pengguna aplikasi Shopee di Sumatra Barat. (2) *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* pengguna aplikasi Shopee di Sumatra Barat. (3) *Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *satisfaction* pengguna aplikasi Shopee di Sumatra Barat. (4) *Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance use intention* pengguna aplikasi Shopee di Sumatra Barat. (5) *Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance use intention* melalui *satisfaction* sebagai variabel intervening. (6) *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance use intention* melalui *satisfaction* sebagai variabel intervening. (7) *Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance use intention* melalui *satisfaction* sebagai variabel intervening. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh persepsi keamanan, kepercayaan, privasi bahkan setelah dimediasi oleh kepuasan.

Kata Kunci : *Perceived Security, Trust, Privacy, Satisfaction, Continuance use Intention.*