

ABSTRAK

Ria Yolanda Sari, Adopsi Penerimaan Teknologi Dan Pengaruh Faktor Mobilitas, Risiko Persepsian Dan Kepercayaan Terhadap *Whatsapp Messenger* Sebagai *Mobile Commerce* Di bawah bimbingan Bapak Dr. Sumiyana, Msi, Ak., CA.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor penerimaan, risiko persepsian, kepercayaan, dan mobilitas terhadap niat untuk menggunakan *Whatsapp Messenger* sebagai media untuk melakukan *mobile commerce*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan umum yang telah menggunakan *Whatsapp Messenger* sebagai media untuk melakukan *mobile commerce* minimal 1 kali. Metode *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel data. Penelitian ini menggunakan analisis SEM AMOS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor penerimaan, risiko persepsian, kepercayaan, mempengaruhi terhadap niat untuk menggunakan *Whatsapp Messenger* sebagai media untuk melakukan *mobile commerce* sedangkan faktor mobilitas hanya dipengaruhi oleh kepercayaan tapi tidak berpengaruh kepada niat untuk menggunakan menggunakan *Whatsapp Messenger* sebagai media untuk melakukan *mobile commerce*.

Kata kunci: Mobilitas, Risiko, Kepercayaan, Niat, *Mobile Commerce* dan *Whatsapp Messenger*

Abstract

Ria Yolanda Sari, The Adoption Of Technology Acceptance And The Influence Of Mobility, Perceived Risk, And Trust To Whatsapp Messenger As Mobile Commerce. Under The Guidance Of Dr. Sumiyana, Msi, Ak., Ca.

The research aims to examine the influence of technology acceptance and the influence of mobility, perceived risk, and trust to use whatsapp messenger as a medium to do mobile commerce. The sample used in this study were students and general public who have been using Whatsapp Messenger as a medium to conduct mobile commerce at least 1 time. Purposive sampling method used in the selection of the sample data. This research uses the AMOS SEM analysis.

The results of this research shows that the acceptance factor, perceived risk, trust, influence on the intention to use Whatsapp Messenger as a medium to conduct mobile commerce while the mobility factor is affected by trust but does not affect the intention to use use Whatsapp Messenger as a medium to conduct mobile commerce .

Keyword: Mobility, Risk, Trust, Intention, Mobile Commerce, and Whatsapp Messenger