

**PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE* DAN *MOBILITY* TERHADAP
BEHAVIORAL INTENTION DENGAN *PERCEIVED USEFULNESS*
SEBAGAI MEDIASI
(Survei Pada Pengguna Ovo)**

CAHYA ARIANDYNA RAHMAYANTI

NIM. 141190160

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ariandynacahya@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Mobility* Terhadap *Behavioral Intention* Dengan *Perceived Usefulness* Sebagai Mediasi (Survei Pada Pengguna Ovo). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan *PLS-SEM* dengan bantuan *software* SmartPls 3.0. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei dan data dikumpulkan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna Ovo dan berstatus sebagai mahasiswa perguruan tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta, kemudian pengambilan sampel sebagian mahasiswa pengguna Ovo dan berstatus sebagai mahasiswa perguruan tinggi di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan teknik *non-probability sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Perceived ease of use* berpengaruh langsung terhadap *perceived usefulness*, 2) *Mobility* berpengaruh langsung terhadap *perceived usefulness*, 3) *Perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention*, 4) *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention* yang dimediasi oleh *perceived usefulness* 5) *Mobility* berpengaruh langsung terhadap *behavioral intention*, 6) *Mobility* berpengaruh terhadap *behavioral intention* yang dimediasi oleh *perceived usefulness*, 7) *Perceived usefulness* berpengaruh langsung terhadap *behavioral intention*.

Kata kunci: *Perceived Ease of Use, Mobility, Behavioral Intention, Perceived Usefulness.*