

ABSTRAK

Era revolusi industri 4.0 serta globalisasi mendorong pesatnya kemajuan teknologi dan mengarah pada digitalisasi. Kemajuan teknologi tersebut mendorong lahirnya dompet digital dan mobile payment. Shopee sebagai E-commerce membuka peluang dengan menghadirkan ShoopePay sebagai alat transaksi berbentuk M-payment. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor *price value*, *social influence*, *hedonic motivation*, *trust* dan *ease of use* layanan penggunaan mobile payment.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan 100 mahasiswa yang menggunakan shopeepay. Data diperoleh dari kuesioner yang disebarkan melalui media sosial kemudian dianalisis menggunakan SPSS 23.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor *hedonic motivation* dan *ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile payment* sedangkan *price value*, *social influence*, *trust* dan tidak berpengaruh terhadap layanan penggunaan mobile payment.

Kata kunci : *price value*, *social influence*, *hedonic motivation*, *trust* dan *ease of use*, *penggunaan Mobile Payment*.