

Salsabila Ananda, 11220479

PENGARUH PERSEPSI KEAMANAN, PERSEPSI RESIKO, DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BERBELANJA ONLINE DI TOKOPEDIA

Penelitian Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2024

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi keamanan, persepsi resiko, dan persepsi kepercayaan terhadap minat berbelanja online di Tokopedia.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi keamanan, persepsi resiko dan persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap minat berbelanja online.

Kata Kunci: Persepsi Keamanan, Persepsi Resiko, Persepsi Kepercayaan dan Minat Belanja Online

(x+ 52 + Lampiran)

(Daftar Pustaka 2017-2023)