

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat beli di toko *online* lazada.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah warga kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap minat beli toko *online* lazada, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,313. Nilai thitung sebesar 2,095 dengan nilai signifikansi sebesar 0,039; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi resiko terhadap minat beli toko *online* lazada, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,313. Nilai thitung sebesar 3,420 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.

Kata kunci: Kepercayaan, Persepsi Resiko, Minat Beli, Lazada