

ABSTRAK

Nadya Nyssa, 2015/15053013 : **Pengaruh *Perceived Trustworthiness*, *Perceived Risk*, dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko *Online JD.id* di Kota Padang**

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Perceived Trustworthiness*, *Perceived Risk*, dan *Perceived Ease Of Use* terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko *Online JD.id* di Kota Padang. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang. Sampel diambil menggunakan rumus Cochran dengan 100 responden. Teknik pengambilan sampel ini didasarkan pada metode *nonprobability sampling* yaitu teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda menggunakan SPSS versi 21.00. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Perceived trustworthiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko *online JD.id* di Kota Padang ($0,003 < 0,05$), 2) *Perceived Risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko *online JD.id* di Kota Padang ($0,665 > 0,05$), 3) *Perceived Ease Of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko *online JD.id* di Kota Padang ($0,008 < 0,05$).

Kata Kunci: *Perceived Trustworthiness*, *Perceived Risk*, *Perceived Ease Of Use*, Minat Beli