

ABSTRAK

Aulia Novaris 2015/15059118 : Pengaruh *Perceived Benefit*, *Electronic Word Of Mouth* dan *Perceived Web Quality* Terhadap Sikap Konsumen Belanja online di Shopee dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening di Kota Padang

Pembimbing: 1. Yunita Engriani, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh *perceived benefit* terhadap kepercayaan belanja online di Shopee, (2) pengaruh *electronic word of mouth* terhadap kepercayaan belanja online di Shopee (3) pengaruh *perceived web quality* terhadap kepercayaan belanja online di Shopee, (4) pengaruh kepercayaan terhadap sikap konsumen berbelanja online di Shopee. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang sudah pernah melakukan kegiatan berbelanja *online* di Shopee. Sampel yang digunakan sebanyak 150 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan program SmartPLS versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Perceived benefit* berpengaruh dan signifikan terhadap kepercayaan dalam penelitian ini, (2) *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, (3) *Perceived web quality* berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap kepercayaan, (4) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap belanja online

Kata Kunci: *Perceived benefit*, *electronic word of mouth*, *perceived web quality*, kepercayaan, sikap berbelanja online.