

## ABSTRAK

**RIA MONIKA MUNTHE, Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli *Online* yang dimoderasi oleh Risiko dan Norma Subjektif (Studi Kasus Pembelian Online Produk Kategori Perawatan Tubuh) dibimbing oleh Tantri Yanuar.**

Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap niat beli *online* produk kategori perawatan tubuh, bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap niat beli *online* produk kategori perawatan tubuh yang dimoderasi oleh persepsi risiko, bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap niat beli *online* produk kategori perawatan tubuh yang dimoderasi oleh norma subjektif.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *non-hierarchical* atau metode rerata sel menggunakan *between subject 2x2* dan menerapkan prosedur *General Linier Model (GLM) Univariate*, yang indikatornya sudah diuji melalui *Factor Analysis*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden wanita yang sudah pernah melakukan pembelian *online* produk kategori perawatan tubuh yang ditemui di wilayah Universitas Esa Unggul Jakarta Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap Niat Beli *Online* dengan nilai signifikansi 0,000. Kemudian terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan terhadap Niat Beli *Online* yang dimoderasi oleh persepsi risiko, namun khusus untuk kelompok responden yang memiliki tingkat kepercayaan rendah, kelompok responden dengan persepsi risiko rendah tidak memiliki pengaruh dalam menentukan niat beli online dibandingkan kelompok persepsi risiko tinggi dengan nilai signifikansi 0,189. Selain itu, hasil penelitian ini juga membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan terhadap Niat Beli *Online* yang dimoderasi oleh norma subjektif. Namun khusus untuk kelompok responden yang memiliki norma subjektif rendah, kelompok responden dengan tingkat kepercayaan tinggi tidak memiliki pengaruh dalam menentukan niat beli online dibandingkan kelompok tingkat kepercayaan tinggi dengan nilai signifikansi 0,132.

Kata Kunci: Kepercayaan, Risiko, Norma Subjektif, Niat Beli *Online*