

**ABSTRAK**

Judul : Pengaruh Harga terhadap Niat Beli dengan variabel Kepercayaan sebagai variabel Intervening pada toko *online* Samwonshop.

Nama : Ria Pangestu

Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk : meneliti, menguji dan mengkaji Pengaruh harga terhadap Niat Beli dengan variabel Kepercayaan sebagai variabel Intervening pada toko *online* Samwonshop. Variabel independen pada penelitian ini adalah Harga ( X ) dan variabel intervening Kepercayaan ( Z ) serta variabel dependen Niat Beli ( Y ). Penelitian ini dilakukan di wilayah Jakarta. Sampel penelitian ini sebesar 100 orang. Data dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan teknik analisis data menggunakan *analysis path*. Hasil penelitian ini variabel harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan, Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat beli, Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli.

Kata kunci:

Harga, Kepercayaan dan Niat Beli

**ABSTRACT**

*Title: Effect of Price on Purchase Intention with the Trust variable as an Intervening variable on Samwonshop's online store.*

*Name: Ria Pangestu*

*Study program: S-1 Management*

*This study aims to: examine, test and reviewing the effect of prices on purchase intentions with the variable Trust as an Intervening variable in Samwonshop online stores. The independent variables in this study are Price (X) and Intervening trust variable (Z) and the dependent variable Buy Intention (Y). This research was conducted in the Jakarta area. The sample of this study was 100 people. Data was collected directly from respondents using a research instrument in the form of a questionnaire and data analysis techniques using analysis path. The results of this study price variable has a significant positive effect on trust, trust has no effect on purchase intention, price has a significant effect on purchase intention.*

*Keywords:*

*Price, Trust and Intention to Buy*