

## ABSTRAK

Tia Yuliani, No.BP 16101155310452, Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis (2020), Kepercayaan, Harga dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Kasus Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 16 Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang) dibawah bimbingan ibu Fitri Yeni, SE, MM dan Bapak Vicky Brama Kumbara, S.E, B.Ba, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh Kepercayaan, Harga dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop (Studi Kasus Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 16 Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 87 responden yang di dapat dengan rumus *slovin* pada populasi Mahasiswa Manajemen Angkatan 16 Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang sebanyak 656. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif yang menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 21.0.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh Kepercayaan dan Persepsi Resiko secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online shop*, harga secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan dengan ( $Sig > 0,05$ ), kemudian berdasarkan Uji Simultan (Uji F) diperoleh Kepercayaan, Harga Dan Persepsi Resiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *online shop* dengan ( $Sig < 0,05$ ).

**Kata kunci : Kepercayaan, Harga, Persepsi Resiko, Keputusan Pembelian**