

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki fungsi untuk menguji pengaruh sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol berperilaku yang dapat mempengaruhi hasrat dan minat perilaku konsumen melakukan pembelian peralatan dan perlengkapan sepeda secara *online* melalui *marketplace*.

Sampling purposive digunakan untuk mengumpulkan sampel secara keseluruhan, 305 responden, yaitu masyarakat di Indonesia yang dalam 1 tahun terakhir merupakan pengguna *marketplace* yang masih aktif dan yang pernah melihat peralatan dan perlengkapan sepeda secara *online*. Studi ini menggunakan analisis SEM (model equation struktural) dengan program AMOS dan kuesioner untuk mengumpulkan data.

Hasil studi menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol berperilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasrat dan minat perilaku konsumen dalam melakukan pembelian peralatan dan perlengkapan sepeda secara *online* melalui *marketplace*.

Kata Kunci: sikap, norma subyektif, persepsi kontrol berperilaku, hasrat, minat perilaku konsumen