

## ABSTRAK

Kegiatan belanja secara *online* mulai banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Banyak orang yang mulai melakukan belanja secara *online* dibandingkan dengan belanja konvensional. Tidak hanya dari sisi pelanggan, produsen juga mulai menyadari pergeseran kegiatan konsumsi yang terjadi di masyarakat. Banyak produsen yang tadinya melakukan bisnis secara konvensional (*brick and mortar*) beralih menjadi berbisnis secara *online* (*click and mortar*). Untuk menjawab kebutuhan pelanggan, produsen dituntut untuk bekerja lebih keras lagi.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memperlihatkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan belanja secara *online*. Dengan melihat penelitian-penelitian sebelumnya, disimpulkan terdapat kemenarikan desain *website*, reputasi vendor, dan persepsi kemudahan transaksi sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *online*. Untuk lebih memahami faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi keputusan pembelian *online*, maka penelitian ini menggunakan variabel intervening persepsi nilai pelanggan. Penelitian ini dilakukan di empat kota besar di Indonesia. Penyebaran dilakukan secara *online*.

Penelitian ini mengambil konsep dasar dari TAM. Kemudian dimodifikasi sesuai dengan variabel yang mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian *online*. Hasil penelitian menemukan bahwa reputasi vendor dan persepsi kemudahan transaksi mempunyai pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian secara *online*. Sedangkan kemenarikan desain *website* hanya memberikan pengaruh secara tidak langsung melalui persepsi nilai pelanggan. Selanjutnya, reputasi vendor tidak memiliki pengaruh tidak langsung melalui persepsi nilai pelanggan. Sehingga hanya persepsi kemudahan transaksi yang mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui variabel intervening persepsi nilai pelanggan.

**Kata kunci :** *Technology Acceptance Model (TAM)*, kemenarikan desain *website*, persepsi kemudahan transaksi, reputasi vendor, persepsi nilai pelanggan, belanja *online*