

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan konsumen dan pengalaman berbelanja terhadap minat beli secara online di tokopedia.com. Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada sampel sejumlah 100 responden yang terbagi 2 (dua) kelompok berdasarkan tempat tinggal antara di Semarang dengan di luar Semarang, secara *non probability sampling*. Adapun teknik pengambilan sampling-nya menggunakan *purposive sampling*, karena peneliti menggunakan pertimbangan tersendiri secara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap sesuai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disampaikan beberapa temuan penelitian yaitu: 1) variabel persepsi tentang keamanan (X1) berpengaruh positif paling besar terhadap variabel minat beli secara online pada tokopedia.com; 2) persepsi tentang kemudahan (X2) berpengaruh positif terbesar ketiga terhadap variabel minat beli secara online pada tokopedia.com (Y); 3) persepsi tentang kepercayaan (X3) berpengaruh positif terbesar kedua terhadap variabel minat beli secara online pada tokopedia.com (Y), dan 4) persepsi tentang pengalaman (X4) tidak berpengaruh terhadap variabel minat beli secara online pada tokopedia.com (Y).

Kata Kunci: *persepsi tentang keamanan, kemudahan, kepercayaan, pengalaman dan minat beli secara online di tokopedia.com.*