

ABSTRAK

Online shopping sekarang ini muncul sebagai aplikasi populer dalam e-commerce, digunakan oleh beberapa jenis bisnis dengan tujuan yang berbeda dan sebagai alat pertukaran informasi. Dalam online shopping informasi yang diberikan kepada penjual dapat mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam mengambil keputusan yang akan diambilnya dan untuk mempertahankan posisinya sebagai website *online shopping* populer agar minat untuk membeli *online* tetap tinggi. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan kualitas website terhadap sikap pelanggan serta dampaknya terhadap minat beli konsumen pada Toko Online “My Sorella”

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang telah melakukan online shopping produk dari toko online My Sorella. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pemilihan sampel non-probability samplingnya menggunakan teknik convenience sampling

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas website berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pelanggan dan sikap pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Online “My Sorella”. Pada model 1, kepercayaan memberikan pengaruh yang paling besar kepada sikap pelanggan sebesar 0,524. Pada model 2, kepercayaan memberikan pengaruh yang paling besar kepada minat beli konsumen pada Toko Online “My Sorella” sebesar 0,311.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Website, Sikap Pelanggan, Minat Beli Konsumen