

## ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh WOM, pengalaman belanja online, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat belanja online melalui sikap belanja online.

Sampel penelitian ini adalah pria maupun wanita yang sudah pernah berbelanja di Elzatta Hijab secara online melalui website, sejumlah 135 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data, Hasil analisis menunjukkan bahwa Wom, pengalaman belanja online, persepsi kemudaha dan persepsi risiko melalui sikap belanja online berpengaruh positif terhadap minat belanja online.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa WOM berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan, WOM berpengaruh positif terhadap persepsi risiko, pengalaman belanja online berpengaruh positif terhadap persepsi kemudahan, pengalaman belanja online berpengaruh positif terhadap persepsi risiko, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap belanja online, persepsi risiko berpengaruh positif terhadap sikap belanja online, dan sikap belanja online berpengaruh positif terhadap minat belanja online

Kata Kunci: wods of mounth, pengalaman belanja online, persepsi kemudahan, persepsi risiko, sikap belanja online, minat belanja online.