

**PENGARUH KEPERCAYAAN, RISIKO, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAZADA.co.id
(Survei pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman)**

Dadang Andik Prasetyo
NIM: 141140120
Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "veteran" Yogyakarta
dadangandikp@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, risiko, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa di Kabupaten Sleman yang. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 97 responden yang melakukan pembelian *online* selain di Lazada.co.id. Metode dalam teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Uji alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi, regresi linier berganda, uji t, dan uji F. Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, risiko, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan, risiko dan citra merek berpengaruh signifikan secara bersama-sama. Selanjutnya kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : kepercayaan, risiko, citra merek, keputusan pembelian