

**PENGARUH PERSEPSI RISIKO, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT PEMBELIAN *ONLINE*
PADA TOKOPEDIA DI YOGYAKARTA**

PENI AYUNINGTIAS
NIM. 141120245

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta**

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan pada konsumen belanja *online* Tokopedia di wilayah Kota Yogyakarta dan pengambilan data dilakukan pada tahun 2019. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan kualitas informasi pada minat pembelian *online* tokopedia. Alat analisis menggunakan SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan hasil, yaitu: 1) Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Informasi secara Simultan atau Bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian. 2) Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, dan Kualitas Informasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pembelian.

Kata kunci: persepsi risiko, kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan minat beli.