

## **ABSTRAK**

Fokus dalam penelitian ini pada pengujian pengaruh variabel kepercayaan dan persepsi risiko terhadap variabel niat pembelian *Online* pada pengguna *e-commerce* Shopee. Objek dalam penelitian ini merupakan Mahasiswa UNISBANK Semarang. Responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sejumlah 100 orang sebagai sampel, ditetapkan menggunakan *pursosive sampling*. Data diproses menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil dari uji statistik menggunakan regresi linier, didapat satu dari dua hipotesis ditolak yaitu pengaruh persepsi risiko terhadap niat pembelian. Hipotesis terbukti diterima yaitu pengaruh variabel kepercayaan terhadap niat pembelian. Dari penelitian ini, didapatkan hasil bahwa untuk meningkatkan niat pembelian dalam berbelanja online faktor kepercayaan harus selalu dibangun secara *continue*.

**Kata Kunci : Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Niat Pembelian**

## **ABSTRACT**

*The focus in this study is on testing the effect of the trust and risk perception variables on the Online purchase intention variable on Shopee e-commerce users. The object of this research is Semarang UNISBANK Students. Respondents needed in this study were 100 people as samples, determined using purposive sampling. Data is processed using SPSS version 25.0. The results of the statistical tests using linear regression, obtained one of two hypotheses were rejected, namely the effect of risk perception on purchase intentions. The hypothesis is proven that the influence of trust variables on purchase intentions. From this research, the results show that to increase purchase intentions in shopping online trust factors must always be built continuously.*

***Keywords:*** ***Trust, Risk Perception and Purchase Intention***