

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi, kemudahan teknologi dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada online shop rumah pelangi. populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen online shop Rumah Pelangi, sampel yang diambil sebanyak 115 responden dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa reputasi, dan kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Reputasi, kemudahan teknologi dan kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kepercayaan juga terbukti mampu menjadi variabel intervening antara variabel reputasi terhadap minat beli.

Kata kunci : Minat Beli, Reputasi, Kemudahan Teknologi, Kepercayaan.

ABSTRACT

This study aims determine the influence of reputation, technology convenience and trust of purchasing interest at Rumah Pelangi online shop. Population of this study are customer of Rumah Pelangi online shop, and samples of this test taken from 115 responden using primary data from a questioner that given to the customers. The result of this study indicate that reputation and technology convenience have a positive significant effect the trust. Reputation, technology convenience and trust also have positive significant effect to purchasing interest. Then trust indicated to be intervening variable between reputation and purchasing interest.

Keywords : Purchasing interest, Reputation, Technological convenience, Trust