

ABSTRAK

David M Siagian, NIM 7143210007. “Pengaruh Pengalaman Sebelumnya Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Secara Online Di Lazada Indonesia (Survei Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa Inggris Stambuk 2015-2017 Unimed)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman sebelumnya dan *kepercayaan konsumen* terhadap Minat Beli Secara Online Di Lazada Indonesia, dengan jumlah populasi 100 orang dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Non Probability Sampling* dengan cara *Sampling Purposive*. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah melalui kuisioner yaitu dengan cara menjawab kuisioner. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data dengan menggunakan uji t, uji f, regresi linear berganda dan uji koefisien determinan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan pengalaman sebelumnya terhadap minat beli secara *online* di Lazada Indonesia, dengan $t_{hitung} 6,120 >$ dari t_{tabel} yaitu 1,66071 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan konsumen terhadap minat beli pada secara *online* di Lazada, dengan $t_{hitung} 2,067 >$ dari t_{tabel} yaitu 1,66071 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan pengalaman sebelumnya dan kepercayaan konsumen terhadap minat beli pada secara *online* di Lazada dengan $F_{hitung} 21,434 >$ $F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 yaitu 0,000.

Kata kunci: Pengalaman Sebelumnya, Kepercayaan Konsumen Dan Minat Beli.

ABSTRACT

David M Siagian, NIM 7143210007. "The Effects of Past Experience and Consumer Trust toward Online Purchase Intention on Lazada Indonesia".

This study aims to determine the effect of Past Experience and Consumer Trust toward Online Purchase Intention on Lazada Indonesia, with a population of 100 people with a sampling technique using Non Probability Sampling by Sampling Purposive. The technique were using by questionnaire that is by answering the questionnaire . The requirements analysis test including normality test, multicollinearity test, and test heteroskedastisitas. The technique data analysis using t-test, f, and multiple linear regression coefficient test determinant.

The results showed that (1) there is a significant and positive effect on Past Experience toward Online Purchase Intention on Lazada Indonesia, with $t_{value} 6,120 > t_{table} 1,66071$ and the significance value less than 0.05 is 0,000, (2) there is a significant and positive effect on Consumer Trust toward Online Purchase Intention on Lazada Indonesia, with $t_{value} 2,067 > t_{table} 1,66071$ and significance value less than 0.05 is 0.000 (3) there is a positive and significant effect Past Experience and Consumer Trust toward Online Purchase Intention on Lazada Indonesia with $F_{value} 21,434 > F_{table} 3.09$ and the significance value less than 0.05 is 0.000.

Keywords: Past Experience, Consumer Trust and Online Purchase Intention.

