

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED RISK*, *PERCEIVED USEFULNESS*, DAN *ONLINE TRUST* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA WEBSITE DISTRO KAPUYUAK
BUKITTINGGI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh :

TEJA NUGRAHA ZHONETHA

1410552021

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH

OKTOBER 2019

No. Alumni Universitas :	TEJA NUGRAHA ZHONETHA	No. Alumni Fakultas :
a) Tempat/tgl lahir : Guguk / 09 Desember 1995 b) Nama Orang Tua : Moh Erizon dan Eva Putriana c) Fakultas : Ekonomi Kampus II Payakumbuh d) Jurusan : Manajemen e) No. BP : 1410552021 f) Tanggal Lulus : 18 Oktober 2019 g) Predikat Lulus: Memuaskan h) IPK: 3.07 i) Lama Studi : 5 tahun, 3 bulan h) Alamat Orang Tua : Jorong Guguk, Kenagarian Guguk, Kecamatan Guguk VIII Koto, Kabupaten Limapuluh Kota, Provinsi Sumatera Barat.		

Analisis pengaruh *perceived risk*, *perceived usefulness*, dan *online trust* terhadap *repurchase intention* pada website Distro Kapuyuk Bukittinggi

Skripsi oleh Teja Nugraha Zhonetha

Pembimbing : Dr. Ratni Prima Lita, SE.,MM

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) pengaruh *perceived risk* terhadap *online trust* 2) pengaruh *perceived risk* terhadap *repurchase intention* 3) pengaruh *online trust* terhadap *perceived usefulness* 4) pengaruh *online trust* terhadap *repurchase intention*. Jenis penelitian adalah *explanatory research*, Teknik pengambilan sampel adalah *probability sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah *quantitative explanatory survey* dimana unit ukuran sampel adalah 90 pelanggan dan konsumen yang melakukan pembelian dari website Distro Kapuyuk Bukittinggi, dengan time horizon *one shoot (cross section 2019)*, dan diolah menggunakan program SmartPLS (*partial least square*) versi 2.0. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh signifikan antara *perceived risk* terhadap *online trust* dan *online trust* terhadap *perceived usefulness*, serta adanya pengaruh tidak signifikan antara *perceived risk* terhadap *repurchase intention* dan *online trust* terhadap *repurchase intention*. Implikasi penelitian ini agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kegunaan nilai website.

Kata Kunci : *perceived risk, perceived usefulness, online trust dan repurchase intention*

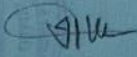
Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 18 oktober 2019. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji.

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Ratni Prima Lita, SE., MM NIP: 197103311999032001	Erizal N, SE., MM NIP: 196610181993031001	Winy Alna Marlina, ST., MM NIP: 198803242018032001

Mengetahui :

Koordinator
Kampus II Payakumbuh

Lukman, SE., MSi
NIP. 196411231993031003


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus.

		Fakultas/Universitas	
Nomor Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan:	
Nomor Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan:	