

ABSTRAK

Ilan Wagilan Agustiawan, Nim 3402180513, “Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di toko Moochi.id pada E-commerce Shopee)”. Dibawah Bimbingan Bapak Dr. H. Yusup Iskandar SE, MM. (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika SE, MM (Pembimbing II).

Penelitian ini di fokuskan pada pengaruh *kepercayaan* dan *Persepsi Risiko* terhadap *Keputusan Pembelian* produk Scarlett di toko Moochi.id pada E-commerce Shopee. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi:1) Bagaimanakah Pengaruh *Kepercayaan* terhadap *Keputusan Pembelian* produk Scarlett di toko Moochi.id pada E-commerce Shopee?2).Bagaimanakah pengaruh *persepsi risiko* terhadap *keputusan pembelian* Produk Scarlett di toko Moochi.id pada E-commerce Shopee?3).Bagaimanakah pengaruh *kepercayaan* dan *persepsi risiko* terhadap *keputusan pembelian* Produk Scarlett di Toko Moochi.id pada E-commerce Shopee?adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1). Untuk mengetahui Pengaruh *Kepercayaan* terhadap *Keputusan Pembelian* Produk Scarlett di Toko Moochi.id pada E-Commerce Shopee. 2). Untuk mengetahui Pengaruh *Persepsi Risiko* terhadap *Keputusan Pembelian* Produk Scarlett di Toko Moochi.id pada E-commerce Shopee. 3). Untuk mengetahui Pengaruh *Kepercayaan* dan *Persepsi Risiko* terhadap *Keputusan Pembelian* Produk Scarlett di Toko Moochi.id pada E-Commerce Shopee.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi berganda, uji hipotesis menggunakan Uji Parsial (Uji t) dan Uji F, adapun jumlah populasi yang dijadikan objek penelitian adalah pengguna produk Scarlett selama satu tahun yaitu sebanyak 263 orang. Dan ukuran sampel yang dipilih yaitu berjumlah 72 orang.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1]. *Kepercayaan* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di toko Moochi.id pada E-commerce Shopee. 2]. *Persepsi Risiko* berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* produk Scarlett di toko Moochi.id pada E-commerce Shopee. 3]. *Kepercayaan* dan *Persespsi Risiko* berpengaruh terhadap *keputusan pembelian* produk Scarlett di toko Moochi.id pada E-commerce Shopee.

Kata kunci: *Kepercayaan, Persepsi Risiko dan Keputusan Pembelian*