

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengidentifikasi pengaruh negatif dan tingkat signifikansi resiko terhadap sikap konsumen, (2) mengidentifikasi pengaruh positif dan tingkat signifikansi kepercayaan terhadap sikap konsumen, (3) mengidentifikasi pengaruh positif dan tingkat signifikansi sikap konsumen terhadap minat beli online pada Mahasiswa di Yogyakarta

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa di Yogyakarta. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 110 mahasiswa di Yogyakarta yang dianggap dapat mewakili populasi . Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, regresi linier sederhana, korelasi (r), uji asumsi klasik, uji t dan data diolah menggunakan program *SPSS*.

Hasil penelitian menemukan adanya pengaruh negatif dan signifikan resiko terhadap sikap konsumen, pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap sikap konsumen, pengaruh positif dan signifikan sikap konsumen terhadap minat beli.

Kata kunci : Resiko,Kepercayaan,Sikap Konsumen, Minat beli.