

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of the website design, the perception of the risk of purchasing interest in MatahariMall.com. The object of this study is a consumer product that is MatahariMall.com Student Faculty of Economics and Business Department Manajemen S1 Force 2013, which is still active at the University of Mercu Buana in Jakarta Meruya- Western Region. The samples used were as many 180 respondents.*

*The sampling technique used purposive sampling. By using quantitative descriptive approach. Therefore, the analysis of the data used in this study is a Microsoft Excel 2007 and LISREL 8.8. T*

*These results indicate that the website design significantly influence buying interest. Then in risk perception significantly influence purchasing interest.*

*Keywords: Website Design, Perceived Risk, Purchase Interest*



## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *desain website*, persepsi resiko terhadap minat beli di MatahariMall.com. Objek penelitian ini adalah konsumen produk MatahariMall.com yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen S1 Angkatan 2013 yang masih aktif di Universitas Mercu Buana di Wilayah Meruya- Jakarta Barat. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 180 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan ini adalah *Microsoft Excel 2007* dan LISREL 8.8.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain website berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Kemudian persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : *Desain Website*, Persepsi Resiko, Minat Beli

