

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived risk* dan *trust* terhadap *online purchase intention* pada *platform e-commerce* Tokopedia. Penelitian ini memiliki variabel *financial risk*, *product risk*, *security risk*, *time risk*, *social risk*, *psychological risk* dan *trust*. Sampel penelitian yang digunakan adalah para konsumen online shopping yang menggunakan *e-commerce* Tokopedia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Studi ini menggunakan teknik pengolahan data PLS-SEM dengan bantuan Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial risk*, *product risk*, *security risk*, *social risk*, *time risk*, *psychological risk* tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap *online purchase intention*. Namun, *trust* terbukti memiliki pengaruh terhadap *online purchase intention*.

Kata Kunci: *Perceived Risk*, *Financial Risk*, *Product Risk*, *Security Risk*, *Time Risk*, *Social Risk*, *Psychological Risk*, *Trust* dan *Online Purchase Intention*.