

ABSTRAK

Pemanfaatan teknologi dalam aktivitas sehari-hari berpengaruh signifikan terhadap perubahan perilaku dan tingkat produktivitas individu. Secara bertahap, penggunaan suatu sistem teknologi dapat meningkatkan kepuasan, seiring dengan kemudahan akses dan kenyamanan dalam mengoperasikannya. Namun dibalik kenyamanan yang diberikan, terdapat beberapa risiko yang harus diperhatikan guna menghindari terjadinya suatu hal yang merugikan pada saat melakukan aktivitas berbelanja secara online. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pengaruh *Perceived Risk terhadap Purchase Intention* Konsumen dalam Berbelanja Online pada Produk Erigo Apparel. Aspek – aspek yang diteliti terkait dengan faktor – faktor resiko yang dihadapi seperti resiko keuangan, resiko produk, resiko keamanan, hingga resiko psikologi serta dampaknya terhadap minat pembelian. Fenomena dalam penelitian ini diteliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan alat bantu kuisioner yang disebarakan melalui media *online* kepada responden yang telah ditentukan yaitu para pengguna brand Erigo Apparel yang melakukan pembelian produk secara *online*. Jumlah sample yang digunakan dalam penelitian adalah 385 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan software SPSS. Kebaharuan penelitian ini dibanding penelitian sebelumnya mengacu pada fokus pada objek penelitian pada pengguna produk Erigo Apparel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa resiko keuangan, resiko produk, dan resiko keamanan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat pembelian konsumen. Namun resiko waktu, resiko sosial, dan resiko psikologis memiliki pengaruh positif terhadap minat pembelian konsumen dalam berbelanja online pada produk Erigo Apparel.

Kata Kunci : *Perceived Risk*, Resiko Keuangan, Resiko Produk, Resiko Keamanan, Resiko Waktu, Resiko Sosial, Resiko Psikologis, *Purchase Intention*.