

## ABSTRAK

Minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku sikap konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk. Minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan respon untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Sedangkan minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman membeli produk, konsumen dapat mengetahui nilai produk yang dirasakannya. Selain itu, mempertahankan pelanggan yang sudah ada jauh lebih penting bagi perusahaan pada mencari pelanggan baru, kemungkinan diperlukan biaya yang lebih besar untuk mendapatkan seorang konsumen baru daripada mempertahankan seorang yang sudah menjadi pelanggan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang telah melakukan online shopping produk dari toko *online* Fani House Cabang Supriyadi . Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan teknik pemilihan sampel *non-probability sampling* dengan teknik sampling jenuh total sampling. populasi digunakan sebagai sampel. sampel jenuh adalah sensus, semua populasi dijadikan sampel.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *Website Quality* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. *Website Quality* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

*Website Quality* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai thitung ttabel *trust* (X1) yaitu 3,375 0,001 dan nilai signifikan yaitu 0,001 0,05. Nilai thitung ttabel *website Quality* (X2) yaitu 5,7310,001 dan nilai signifikan yaitu 0,0000,05. Nilai thitung ttabel *word of mouth* (X3) yaitu 5,399 0,000 dan nilai signifikan yaitu 0,000 Nilai thitung ttabel *word of mouth* (X3) yaitu 5,399 0,000 nilai signifikan yaitu 0,000 0,05.

**Kata Kunci** : *Trust, Website Quality* dan *Word of Mouth* terhadap minat beli konsumen

