



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM BERTRANSAKSI ONLINE PADA PEGAWAI KANTOR DINAS PEKERJAAN UMUM PROVINSI RIAU**

Oleh :

**Muhammad Iqbal**  
**11371100191**

Tujuan dari pada penelitian ini adalah untuk mengetahui baik secara simultan maupun parsial apakah pengetahuan, persepsi dan motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam bertransaksi online pada pegawai kantor Pekerjaan Umum Provinsi Riau. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 87 orang responden. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh persamaan regresi linier berganda  $Y = 1,970 + 0,305X_1 + 0,317X_2 + 0,224X_3 + e$ . Berdasarkan uji parsial variable Pengetahuan, Persepsi, dan Motivasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap variable Perilaku konsumen dalam bertransaksi online pada pegawai kantor Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau. Berdasarkan uji simultan Pengetahuan, Persepsi, dan Motivasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap variable Perilaku konsumen (Consumer Purchase Behavior) dalam bertransaksi online pada pegawai kantor Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau. Selanjutnya besar pengaruh variable bebas (Pengetahuan, Persepsi dan Motivasi) terhadap variable terikat (Perilaku Konsumen) adalah sebesar 75,7%.

**Kata kunci : Perilaku Konsumen, Pengetahuan, Persepsi, Motivasi**