

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KARAKTERISTIK KOGNITIF, KARAKTERISTIK KEPRIBADIAN, SERTA NIAT TERHADAP SIKAP DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERBELANJA DI INTERNET**

**Oleh  
DWI NOEVRIDA**

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh karakteristik kognitif, karakteristik kepribadian, serta niat terhadap sikap dalam pengambilan keputusan untuk berbelanja di internet. Penelitian ini menggunakan 145 orang Mahasiswa Universitas Lampung yang melakukan kegiatan belanja di internet dalam kurun waktu 2 bulan terakhir sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa dalam konstruk karakteristik kognitif seluruh variabel hanya berpengaruh namun tidak signifikan terhadap sikap untuk berbelanja di internet. Di sisi lain, hanya variabel kecenderungan untuk menerima resiko yang memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap untuk berbelanja di internet, dan niat berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap sikap untuk berbelanja di internet. Implikasi bagi penelitian yang akan datang hendaknya menggunakan model yang ada tetapi pada setting yang berbeda atau menambahkan jumlah sample.

Kata Kunci: Karakteristik kognitif, Karakteristik kepribadian, Niat, Sikap, Berbelanja di internet.