

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (a) pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online*, (b) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online*, (c) pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data analisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan analisis yaitu SPSS. Pada penelitian ini total populasi sekitar 3.654 orang, dan peneliti mengambil sampel sekitar 100 orang responden yang akan mengisi kuesioner. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa (a) pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian secara *online*, (b) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online*, (c) pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online*.

Kata Kunci: Kemudahan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine (a) the effect of convenience on online purchasing decisions, (b) the effect of trust on online purchasing decisions, (c) the effect of convenience and trust on online purchasing decisions. This study uses quantitative methods. Data analysis using multiple linear regression analysis technique and the analysis is SPSS. In this study, the total population was about 3,654 people, and the researchers took a sample of about 100 respondents who would fill out the questionnaire. The results of this analysis indicate that (a) the effect of convenience on online purchasing decisions, (b) the effect of trust on online purchasing decisions, (c) the effect of convenience and trust on online purchasing decisions.

Keywords: Ease, Trust, Purchase Decision

