

## INTISARI

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif guna menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *non-probability purposive sampling* dengan kriteria masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Kebumen dan pernah melakukan transaksi minimal satu kali dalam enam bulan terakhir menggunakan aplikasi/*website online shop* Shopee. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner *Google Form*. Data diolah menggunakan *Microsoft Excel* dan SPSS dengan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee. Nilai R Square sebesar 0,674 artinya pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee adalah sebesar 67,4%. Sedangkan sisanya sebesar 32,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Shopee.

## ABSTRACT

*This research is a quantitative study to test and analyze the effect of trust on purchasing decisions at Shopee e-commerce. The sample used in the study was 100 respondents with non-probability purposive sampling technique with the criteria of people who live in Kebumen Regency and have made transactions at least once in the last six months using the Shopee online shop application / website. Data was collected through distributing a Google Form questionnaire. The data was processed using Microsoft Excel and SPSS with simple linear regression analysis. The results show that there is a relationship between trust in purchasing decisions at Shopee e-commerce. The R Square value of 0.674 means that the effect of trust on purchasing decisions at Shopee e-commerce is 67.4%. Meanwhile, the remaining 32.6% is influenced by other variables not examined.*

**Keywords:** *Trust, Purchase Decision, Shopee.*