

## ABSTRAK

**Mirdan Ari Mulyana (1400374) “Pengaruh *Web Quality* Dan *Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Bukalapak”. dibawah bimbingan bapak Dr. Chairul Furqon,S.Sos.MM dan ibu Dr. Heny Hendrayati,S.IP., M.M.**

Globalisasi dan perkembangan zaman telah merubah sistem pemasaran dari konvensional menjadi *digital* melalui akses internet dengan jenis pemasaran yang dinamakan *E-commerce*. Hadirnya *E-commerce* membuat perusahaan lebih mudah untuk menjangkau konsumen yang ingin dituju seperti halnya bukalapak. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui gambaran mengenai *web quality* dan *trust* terhadap keputusan pembelian konsumen online shop bukalapak. Dalam penelitian ini, variable bebas (X1) adalah *web quality*, variable bebas (X2) adalah *trust* dan variable dependen (Y) adalah keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode deskriptif dan verifikatif dengan subjek Mahasiswa aktif manajemen UPI 2014-2017 yang pernah belanja di *marketplace* bukalapak. Sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, analisis korelasi pearson, analisis regresi berganda, uji t dan uji f menggunakan software spss. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *web quality* dan *trust* termasuk pada kategori tinggi, sedangkan keputusan pembelian dari kosumen online shop bukalapak termasuk pada kategori tinggi berdasarkan uji hipotesis yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa *web quality* dan *trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

kata kunci : *web quality, trust, keputusan pembelian, E-commerce*

## ABSTRACT

**Mirdan Ari Mulyana (1400374) “The Influence Web Quality And Trust Toward Purchase Decision In Consumer Online Shop Bukalapak”. Under guidance of Dr. Chairul Furqon,S.Sos.MM dan Dr. Heny Hendrayati,S.IP., M.M.**

Globalization in 21<sup>st</sup> century have transformed the marketing system from conventional to digital through internet access with a type of marketing called E-commerce. The presence of E-commerce makes it easier for companies to reach consumers who need to intend just alike *bukalapak*. The aim of this research is to know the description of web quality and trust to the decision of consumer buying of online shop in *bukalapak*. In this study, the independent variable (X1) is web quality, the independent variable (X2) is trust and the dependent variable (Y) is the purchase decision. The research method used is descriptive and verificative method with the data subject is Pupil active in UPI management 2014-2017 who ever shopping in E-commerce *bukalapak*. Drawing upon the sample data in this research considerable 100 respondents through purposive sampling method. Analytical techniques used are normality test, multicolinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, pearson correlation analysis, multiple regression analysis, t test and f test using spss software. The results showed that the web quality and trust included in the high category, whereas purchasing decisions from online shopping shop *bukalapak* included in the high category based on hypothesis testing that has been done shows in web quality and trust have a significant influence on purchasing decisions.

*Keywords: web quality, trust, purchase decision, E-commerce*