

ABSTRAK

PERAN KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM MEMEDIASI KUALITAS SITUS WEBSITE TERHADAP NIAT BELI PADA SITUS BELANJA ONLINE ZILINGO DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Atikah Nurhidayah

Penelitian dilakukan untuk menjelaskan pengaruh kualitas situs *website* dan kepercayaan terhadap niat beli, serta peran kepercayaan konsumen dalam memediasi pengaruh kualitas situs *website*. Hipotesisi yang diajukan pada penelitian ini : (1) Kualitas situs *website* berpengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen, (2) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap niat beli, (3) Kualitas situs *website* berpengaruh positif terhadap niat beli, (4) Kepercayaan memediasi pengaruh kualitas situs *website* terhadap niat beli. Untuk menjawab hipotesisi dilakukan penelitian menggunakan metode *path analysis*. menentukan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan sampel sebanyak 100 responden konsumen yang pernah berkunjung situs Zilingo.com di Bandar Lampung. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis*, uji F, dan uji sobel.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya peran kepercayaan pada kualitas situs akan berdampak terhadap niat konsumen untuk membeli di situs Zilingo. Dibuktikan dengan nilai F 37,852 dengan angka signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05. Uji sobel dengan nilai 8,102564 >1,6612. Secara signifikan ada pengaruh tidak langsung dari kualitas situs *website* terhadap niat beli melalui kepercayaan konsumen sebesar 30% sedangkan sisanya 70% di pengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: kualitas situs *website*, kepercayaan, niat beli.

ABSTRACT

THE ROLE OF CONSUMER TRUST IN MEDIATING WEBSITE QUALITY TO THE PURCHASE INTENTION ON ZILINGO ONLINE SHOP SITE IN BANDAR LAMPUNG

By

Atikah Nurhidayah

This research conducted to explain the quality of the website and trust in purchase intentions, as well as consumer interest in mediating the motivation of website quality. The purposes hypotheses of in this research are: (1) The quality of the website was positive towards consumer trust, (2) Positive consumer trust in purchase intention, (3) The quality of the website was positive towards purchase intention, (4) The consumer's trust was mediating the influence of website quality into the purchase intention. To answer the hypotheses of research by using the path analysis. determine the sample using purposive sampling, with sample of 100 consumer respondents who had visited the Zilingo.com site in Bandar Lampung. Data analysis techniques used are path analysis, F test, and sobel test.

The results of this study support the hypotheses. This showed the importance of quality site role will have an impact on consumer intention to buy on the Zilingo site. It is proved by the value of F 37,852 with a significant value of 0,000 below 0.05. The sobel test with a value of $8.102564 > 1.6612$. Significantly, there was an indirect influenced of the quality of the website on the intention to buy through consumer trust by 30% while the remaining 70% is influenced by other variables.

Keywords: website quality, trust, purchase intention.