

## ABSTRAK

### PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (STUDI PADA SITUS JUAL BELI ZALORA INDONESIA)

Oleh

KOTIYAH

Perkembangan teknologi yang mengiringi berkembangnya zaman, membuat adanya perubahan dalam standar dan pola dari gaya hidup masyarakatnya. Kehidupan manusia saat ini dikelilingi oleh teknologi digital yang mengubah segala jenis kebutuhan menjadi serba mudah dan tanpa batasan. Dalam aspek ekonomi, era digital ini membuat para konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan beralih dari model belanja konvensional menjadi model belanja online atau *e-commerce* yang salah satu modelnya yaitu *marketplace* dan Zalora adalah bentuk *marketplace* di Indonesia.

Keberadaan situs jual beli online banyak memberikan keuntungan, salah satunya adalah memberikan kemudahan dalam jual beli yang efektif bagi masyarakat. Zalora merupakan salah satu platform situs jual beli online yang mempunyai banyak pengguna. Hal ini tidak terlepas dari adanya kepercayaan yang dibangun oleh *marketplace* tersebut. Kepercayaan dan kemudahan transaksi menjadi aspek penting bagi para *marketplace* untuk menarik minat pelanggan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli Zalora. Penelitian ini merupakan penelitian survey. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian secara online melalui situs jual beli Zalora. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 150 Pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli Zalora dengan kepercayaan yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, E-commerce, Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Transaksi, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF CONSUMER TRUST AND EASE OF TRANSACTION ON ONLINE BUYING DECISIONS (STUDY ON ZALORA INDONESIA'S BUY AND SELL SITE)**

**Oleh**

**KOTIYAH**

*With the development of technology, there has been a change in the standards and patterns of people's lifestyles. Human life today is surrounded by digital technology that changes all kinds of needs to be easy and without limitations. In the economic aspect, this digital era has made consumers in the process of fulfilling their needs switch from conventional shopping models to online shopping or e-commerce models, one of which is a marketplace and Shopee is a form of marketplace in Indonesia.*

*The existence of inline buying and selling sites provides many advantages, one of which is to provide convenience in buying and selling that is effective for the community. Zalora is an online buying and selling site platform that has many users. This is inseparable from the trust built by the marketplace. Trust and ease of transaction are important aspects for marketplaces to attract costumers.*

*This research aims to understand the effect of consumer trust and ease of transaction on buying decisions on the Zalora trading site. This research is done by conducting survey. The population of the research are consumers who have made purchases online through the Zalora buying and selling site. The sampling method done by purposive sampling technique with the sample of 150 Pelanggan. The data collection method obtained by questionnaires which validity and reliability has been tasted. Multiple regressions are applied to answer the hypothesis as the analysis method. The result of this research indicate that, there is effect of consumer trust on the buying decisions,*

**Keywords:** *Consumer Behavior, E-commerce, Consumer Trust, ease of transaction, and buying decision*