

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI BANDAR LAMPUNG

OLEH:

TARISA AULIA

19411263

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta menguji Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-commerce* Shopee di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian pada *e-commerce* shopee di Bandar Lampung. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 140 responden, dengan jumlah 30 item pernyataan dari 4 variabel. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan penggunaan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee di Bandar Lampung.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga, Keputusan Pembelian, *E-Commerce* Shopee

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TRUST, EASE OF USE AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS AT E-COMMERCE SHOPEE IN BANDAR LAMPUNG

BY:

TARISA AULIA

19411263

The purpose of this study was to determine and test the effect of trust, ease of use and price on purchasing decisions at e-commerce Shopee in Bandar Lampung. This study uses a quantitative approach. The population of this study are consumers who have made purchases at e-commerce shopee in Bandar Lampung. The number of samples used in this study amounted to 140 respondents, with a total of 30 statement items from 3 variables. The data source used in this study uses primary data obtained by distributing questionnaires through the Google form. The data analysis technique in this study used multiple linear regression analysis using SPSS version 26. The results of this study indicate that trustworthiness, ease of use and price have a positive and significant effect on purchasing decisions at e-commerce shopee in Bandar Lampung.

Keywords: *Trust, Ease of Use, Price, Purchase Decision, E-Commerce Shope*