

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE*  
DI LAZADA. COM  
(SURVEI PADA KONSUMEN LAZADA.COM DI YOGYAKARTA)**

**WAHYU ASMORO WIDIYANTO**

**NIM: 141120061**

**Mahasiswa Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “veteran” Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* di situs lazada.com. Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen lazada.com yang berada di Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah pengguna lazada.com di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian secara *online* di lazada.com dan diambil sebanyak 200 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* berdasarkan kriteria pengguna lazada.com di Yogyakarta yang telah melakukan pembelian *online* di lazada.com lebih dari satu kali. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian dan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kemudahan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : Kemudahan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian