

**PENGARUH KUALITAS SITUS TERHADAP NIAT PEMBELIAN YANG  
DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN PADA SITUS TRAVELOKA DI  
YOGYAKARTA**

**VIKY PRANATA MAMONTO  
NPM.241150044  
Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
vikypranata11@yahoo.com**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh kualitas situs dan kepercayaan terhadap niat beli secara *online*, serta peran kepercayaan dalam memediasi pengaruh kualitas situs terhadap niat beli secara *online*. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah *snowball sampling* dan *purposive sampling*, ukuran sampel yang digunakan adalah 100 orang. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equational Model* (SEM) Smart PLS3 dan mencakup analisis deskriptif, analisis kuantitatif dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas situs dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap niat beli secara *online*. Selain itu kepercayaan konsumen secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas situs terhadap niat beli secara *online*. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya peran kepercayaan pada kualitas situs akan berdampak terhadap niat konsumen untuk membeli di situs tersebut.

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

**THE INFLUENCE OF WEBSITE QUALITY TO PURCHASE  
INTENTIONS BY TRUST AS MEDIATING VARIABLE ON  
TRAVELOKA WEBSITE IN YOGYAKARTA**

**VIKY PRANATA MAMONTO  
NPM.241150044**

**Master Program of Management  
Faculty of Economics and Business  
Pembangunan Nasional “Veteran Yogyakarta of University  
vikypranata11@yahoo.com**

***ABSTRACT***

*This study was conducted to clarify the effect website quality and trust in the online purchase intentions, as well as the role of trust in mediating influence the website quality for online purchase intentions. The method used to determining sample is snowball sampling and purposive sampling, the respondent within is 100 people. The data collection is conducted through questionnaires. The data analysis technique used Smart PLS3 Structural Equational Model (SEM) data analysis techniques including descriptive analysis, quantitative analysis and path analysis. The results of this study indicates that website quality and trust has a positive and significant effects on online purchase intentions. In addition, trust is significantly mediating coherency between website quality towards online purchase intentions. It show that the importance of a trust role towards website quality will be affecting consumer intentions to buy on the website.*

***Keyword :*** *website quality, trust, purchase intentions*