

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

REZA AKBAR

NIM: 141110184

**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 tokopedia.com. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen tokopedia.com yang berada di Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah pengguna tokopedia.com di Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian secara *online* di tokopedia.com dan diambil sebanyak 200 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling* berdasarkan kriteria pengguna tokopedia.com di Yogyakarta yang telah melakukan pembelian *online* di tokopedia.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