

**PENGARUH KUALITAS WEB, REPUTASI WEB, DAN KEUNTUNGAN
RELATIF TERHADAP KEPERCAYAAN PADA SITUS JUAL BELI
ONLINE HIJUP.COM DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Avisdha Marta Pramesty
141150044

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[\(avisdhamartap@gmail.com\)](mailto:avisdhamartap@gmail.com)

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas web, reputasi web, dan keuntungan relatif terhadap kepercayaan pada situs jual beli *online* hijup.com di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* teknik *purposive sampling* dengan domisili responden di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan pembelian produk secara *online* pada *website* hijup.com minimal pembelian satu kali. Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 16.0 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas web, reputasi web, dan keuntungan relatif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan pada situs jual beli *online* hijup.com.

Kata Kunci : kualitas web, reputasi web, keuntungan relatif, kepercayaan