

**PERAN *TRUST* DALAM MEMEDIASI *WEBSITE QUALITY* TERHADAP
MINAT BELI (STUDI KASUS PADA PEMBELIAN *ONLINE* PADA SITUS
LAZADA.CO.ID)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Bagaimana pengaruh *Website Quality* terhadap *Trust*? 2) Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap Minat beli? 3) Bagaimana pengaruh *Trust* terhadap Minat beli? Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unissula yang pernah melakukan pembelian pada situs Lazada co.id sejumlah 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif karena menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dengan menggunakan kuesioner sebagai alat dalam pengumpulan data untuk mengungkap data *Trust*, *Website Quality*, dan Minat beli. Data yang diperoleh dan dianalisis menggunakan tehnik analisis PLS (Partial Least Square) melalui software smart PLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Website Quality* terbukti berpengaruh positif pada terhadap *Trust* pelanggan. *Trust* terbukti berpengaruh positif pada terhadap Minat beli. *Website Quality* terbukti berpengaruh positif pada terhadap Minat beli.

Kata kunci : *Trust*, *Website Quality*, dan Minat beli

***THE ROLE OF TRUST IN MEDIUM OF QUALITY WEBSITE TOWARDS
INTEREST IN BUYING (CASE STUDY ON PURCHASES ONLINE ON
LAZADA.CO.ID SITE)***

ABSTRACT

This study aims to determine: 1) How does Website Quality influence Trust? 2) How is the Trust's influence on buying interest? 3) How is the Trust's influence on buying interest? Respondents in this study were Unissula students who had made purchases on the Lazada co.id website with a total of 100 respondents. The research method used is explanatory research with a quantitative approach because it explains the relationship between variables by using a questionnaire as a tool in data collection to reveal Trust, Website Quality, and Purchase Interest data. Data obtained and analyzed using PLS (Partial Least Square) analysis technique through smart PLS software. The results of this study indicate that Website Quality is proven to have a positive effect on customer trust. Trust is proven to have a positive effect on buying interest. Website Quality is proven to have a positive effect on buying interest.

Keywords: *Trust, Website Quality, and Buying Interest*