

ABSTRAK

Saat ini, dalam aktifitas manusia tidak bisa lepas dari internet. Di banyak belahan masyarakat, internet telah membantu dibidang ekonomi, social dan budaya. Perkembangan tersebut ditandai dengan banyaknya kemunculan aplikasi atau website yang berbasis internet untuk mendukung kemudahan kegiatan manusia, salah satunya berkaitan dengan *E-commerce* untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat dalam hal jual beli. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manfaat, kenyamanan, keamanan terhadap kepercayaan. Untuk mengetahui pengaruh manfaat, kenyamanan, keamanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian online

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FE Unissula yang masih aktif kuliah, yaitu tahun 2017-2019, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling, diperoleh sampel sebanyak 90 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah path analisis.

Hasil dari penelitian ini adalah manfaat berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian. Kenyamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian on line. Keamanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian on line. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian on line. Kepercayaan merupakan variabel intervening di antara pengaruh manfaat terhadap keputusan pembelian on line. Kepercayaan merupakan variabel intervening di antara pengaruh kenyamanan terhadap keputusan pembelian on line. Kepercayaan merupakan variabel intervening di antara pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian on line.

Kata Kunci : Manfaat, Kenyamanan, Keamanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian On Line

ABSTRACT

Nowadays, human activities cannot be separated from the internet. In many parts of society, the internet has helped in the economic, social and cultural fields. This development is marked by the emergence of many internet-based applications or websites to support the ease of human activities, one of which relates to E-commerce to meet the various needs of the public in terms of buying and selling. The purpose of this study was to determine the effect of benefits, comfort, security on trust. To find out the effect of benefits, convenience, security and trust on online purchasing decisions. The population in this study were students of FE Unissula who were still active in the study, namely in 2017-2019, with a purposive sampling technique, a sample of 90 respondents was obtained. The type of data used is primary data, with data collection methods through dissemination. The analytical tool used in this study is the path analysis. The results of this study are the benefits of a positive effect on trust and purchasing decisions. Convenience has a positive effect on trust and online purchasing decisions. Security has a positive effect on trust and online purchasing decisions. Trust has a positive effect on online purchasing decisions. Trust is an intervening variable between the effect of benefits on online purchasing decisions. Trust is an intervening variable between the influence of convenience on online purchasing decisions. Trust is an intervening variable between the effect of security on online purchasing decisions.

Keywords: Benefits, Comfort, Security, Trust, On-line Purchasing Decisions