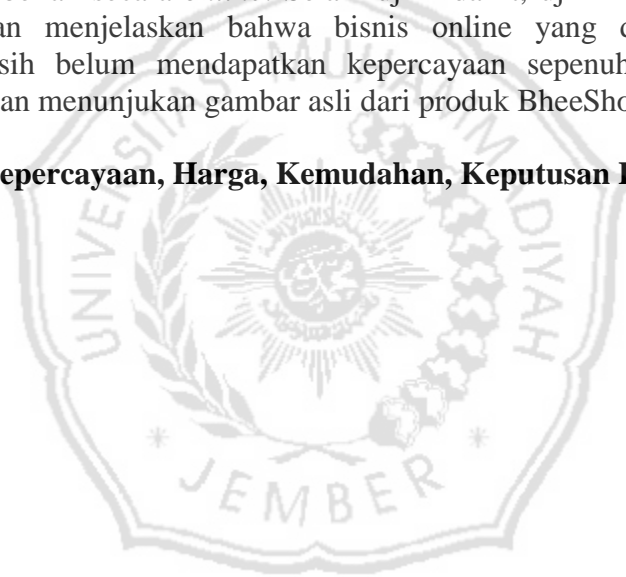


## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, harga dan kemudahan pada keputusan pembelian secara *online*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 200 dalam kurun waktu 2017 dan sampel 67 responden yang merupakan pelanggan BheeShop. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak signifikan, sedangkan variabel harga dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Dari perhitungan uji F variabel harga dan kemudahan yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*. Selain uji F dan t, uji  $R^2$  diketahui nilai 0,299. Hasil penelitian menjelaskan bahwa bisnis *online* yang dijalankan BheeShop cenderung masih belum mendapatkan kepercayaan sepenuhnya dari pelanggan, meskipun dengan menunjukkan gambar asli dari produk BheeShop.

**Kata Kunci: Kepercayaan, Harga, Kemudahan, Keputusan Pembelian.**



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to know how the influence of trust, price and ease of purchasing decisions online. This type of research used is quantitative. Population in this study as much as 200 within the period of 2017 and a sample of 67 respondents who are BheeShop customers. Data collection techniques with questionnaires. Data analysis using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that the variable of trust is not significant, while the price and convenience variables together significantly influence the purchase decision online. Of the calculation of the F test of price variables and the dominant ease of effect on the purchase decision online. Besides F and t test, R<sup>2</sup> test is known value 0.299. the result of the study explain that online business run BheeShop still not get full trust from customers, although by showing the original image of the product BheeShop.*

**Keywords:** *Trust, price, ease of use, Purchasing Decisions.*

