

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Harga, Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *e-commerce* Bukalapak.com. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di *e-commerce* Bukalapak.com yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 154 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan persepsi harga, kualitas informasi dan kemudahan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*.

Kata Kunci : Kepercayaan, Persepsi Harga, Kualitas Informasi, Kemudahan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of trust, price perception, information quality and easy of use e-commerce on online purchase decisions. The subject in this study was consumers who had shopped at e-commerce Bukalapak.com who stay in Daerah Istimewa Yogyakarta. In this study, sample of 100 respondents were selected using purposive sampling. Analysis tool used in this study is the Structural Equation Model (SEM).

Based on the analysis that have been made the results are the costumers' trust significantly influence on purchase decisions, while price perception, information quality and easy of use significantly is not influence on purchase decisions.

Keywords: Trust, Price perception,, Information Quality, Easy of Use and Purchase Decisions.