

## ABSTRAK

### **PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, KEMUDAHAN DALAM BERTRANSAKSI DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA ONLINE PADA PENGGUNA APLIKASI TOKOPEDIA DI KOTA MEDAN**

Alvin Luhur

Jefri

Jhansen Salim

**Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia**

Tujuan Penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan, kemudahan dalam bertransaksi dan harga produk terhadap keputusan berbelanja online pada Aplikasi Tokopedia. Jumlah pengunjung yang mengalami penurunan di Tokopedia melatarbelakangi penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Jumlah sampel adalah 100 responden. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai t statistik sebesar  $4.529 > t$  tabel sebesar 1.985 dan memperoleh nilai *P-values* sebesar  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang berarti variabel Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja online pada Aplikasi Tokopedia. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai t statistik sebesar  $1.805 < t$  tabel sebesar 1.985 dan memperoleh nilai *P-values* sebesar  $0,072 > 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak yang berarti variabel Kemudahan dalam bertransaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan berbelanja online pada Aplikasi Tokopedia. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai t statistik sebesar  $4.670 > t$  tabel sebesar 1.985 dan memperoleh nilai *P-values* sebesar  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima yang berarti variabel harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja online pada Aplikasi Tokopedia

**Kata kunci: Kepercayaan Pelanggan, Kemudahan Dalam Bertransaksi, Harga Produk, Keputusan Berbelanja Online Pada Aplikasi Tokopedia**