

## ABSTRAK

**Naufal Shidqi. 3402190336. “Pengaruh Ease of Use dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop”. Dibawah bimbingan Mochamad Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E.,M.M (Pembimbing II)**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Ease of Use dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop. Permasalahan dalam penelitian ini meliputi :1. Apakah Ease of use berpengaruh terhadap keputusan pembelian online shoppada Shopee?; 2. Apakah Trust berpengaruh terhadap keputusan pembelian onlineshop pada Shopee?; 3. Apakah Ease of use dan Trust dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online shop pada Shopee?. Metode penelitian yangdigunakan adalah metode penelitian kombinasi model atau desain survey explanatory. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1. Ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi ease of use maka akan meningkatnya kualitas keputusan pembelian. 2. Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin tinggi trust maka akan meningkatnya kualitas keputusan pembelian.3. Ease of use dan trust secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya ease of use dan trust memberikan pengaruh yang nyata dalam meningkatkan keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Ease of Use, Trust, Keputusan Pembelian*