

## 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 shop pada Shopee?; 2. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian online shop pada Shopee?; 3. Apakah *Ease of use* dan *Trust* dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online shop pada Shopee?. Metode penelitian yang digunakan 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**