

**PENGARUH KEMUDAHAN BELANJA DAN FAKTOR KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE*  
(Suatu Persepsi Remaja Pengguna Internet terhadap Platform Shopee  
Msglowgrosir\_Kawali)**

**ARTIKEL**

**Disusun untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**

Oleh,

**SANTI NURADIANI  
NIM: 3402180130**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
2022**

**PENGARUH KEMUDAHAN BELANJA DAN FAKTOR KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUTUSAN BELANJA *ONLINE*  
(Suatu Persepsi Remaja Pengguna Internet terhadap Platform Shopee  
Msglowgrosir\_Kawali)**

Santi Nuradiani

Fakultas Ekonomi Univeritas Galuh

[santi220899@gmail.com](mailto:santi220899@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini difokuskan Pengaruh Kemudahan Belanja dan Kepercayaan terhadap Keputusan Belanja *Online* (Suatu Persepsi Remaja Pengguna Internet terhadap Platform Shopee Msglowgrosir\_Kawali). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Bagaimana Pengaruh Kemudahan Belanja terhadap Keputusan Pembelian *Online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali? 2]. Bagaimana Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian *Online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali? 3]. Bagaimana Pengaruh Kemudahan Belanja dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian *Online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali? Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh Kemudahan Belanja terhadap Keputusan Pembelian *Online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali; 2]. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian *Online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali; 3]. Pengaruh Kemudahan Belanja dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian *Online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh, digunakan Analisis Koefisien Korelasi Product Moment, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis menggunakan Uji t dan Uji f. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa kemudahan belanja dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali dengan besarnya pengaruh 80,4% dan sisanya 19,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Diharapkan toko *online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali menjaga keamanan dan meningkatkan kemudahan bagi konsumennya sehingga akan meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online* di platform shopee Msglowgrosir\_Kawali.

**Kata Kunci : Kemudahan Belanja, Kepercayaan, Keputusan Pembelian *Online***