

ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Agoda.**

(dibimbing oleh Abdurrahman, SKM, MM).

Nama : Daniel Nusa

Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian di situs Agoda. Variabel independent terdiri atas kepercayaan, dan kemudahan penggunaan, dan variabel dependen terdiri atas keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada situs Agoda yang bergerak di bidang penjualan reservasi hotel secara *online*. Hal yang melatar belakangi penelitian ini dikarenakan penjualan pada situs reservasi hotel Agoda mengalami penurunan yang cukup drastic dari tahun 2017 hingga 2018, dimana para pesaingnya yang lain mampu tetap tumbuh di dalam pasar penjualan reservasi hotel secara *online* di Indonesia ini. Dan dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui hal apakah yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan pada situs reservasi hotel Agoda. Untuk ini peneliti dalam penelitian ini mengambil variabel kepercayaan, dan kemudahan penggunaan karena kedua variabel tersebut dianggap paling dominan terhadap fenomena di situs reservasi hotel Agoda. Sampel yang digunakan adalah sebesar 120 orang responden, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dengan teknik penelitian berupa Analisa regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan kepercayaan sebagai variabel paling dominan yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Title : ***Effect of Trust, and Ease of Use on Purchasing Decisions on Agoda Sites.***

(guided by Abdurrahman, SKM, MM).

Name : *Daniel Nusa*

Study Program : *Bachelor of Management*

This study aims to determine how much influence the trust, and ease of use of purchasing decisions on the Agoda site. The independent variable consists of trust, and ease of use, and the dependent variable consists of purchasing decisions. This research was conducted on the Agoda site which is engaged in selling hotel reservation online. The background of this research is because sales on Agoda's hotel reservation sites have decreased quite dramatically from 2017 to 2018, where other competitors were able to continue to grow in the online hotel reservation sales market in Indonesia. And in this study the researchers aimed to find out what influences customer purchasing decisions on the Agoda hotel reservation site. For this reason, the researchers in this study took the variables of trust and ease of use because these two variables are considered the most dominant phenomenon in the Agoda hotel reservation site. The sample used was 120 respondents, with a sampling technique that is purposive sampling. The method used in this study is a non probability sampling method with research techniques in the form of multiple linear regression analysis.

The results showed that trust, and ease of use have a positive and significant effect on purchasing decisions. And trust as the most dominant variable that has the most influence on purchasing decisions.

Keywords: *Trust, Ease of Use, Purchase Decision.*