

ABSTRAK

Purnomo, Nanto, “Analisis Kualitas Website Dan Reputasi Vendor Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pembeli *Online* Tokopedia Di Kabupaten Lamongan)”, Tesis, Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura, Pembimbing : (1) Dr. Mohammad Arief, SE.,MM (2) Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian online di Tokopedia. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas website dan reputasi vendor sebagai variabel independent. Selain itu, Penelitian ini juga menggunakan kepercayaan konsumen sebagai variabel *intervening* untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online* di Tokopedia. Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli *online* tokopedia di Kabupaten Lamongan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program AMOS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas website terhadap kepercayaan konsumen, terdapat pengaruh positif dari variabel reputasi vendor terhadap kepercayaan konsumen dan terdapat pengaruh positif dari variabel kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel kualitas website memberikan pengaruh secara langsung yang lebih besar terhadap kepercayaan konsumen apabila dibandingkan dengan pengaruh reputasi vendor. Untuk pengaruh tidak langsung / variabel *intervening* dalam analisisnya menggunakan *standardized indirect effects* yang menghasilkan bahwa variabel kualitas website memberikan pengaruh tidak langsung yang lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan variabel reputasi vendor.

Kata kunci: kualitas website, reputasi vendor, keputusan pembelian dan kepercayaan konsumen.

ABSTRACT

Purnomo, Nanto, "*Analysis of Website Quality and Vendor Reputation of Online Purchasing Decisions with Consumer Confidence as Intervening Variables (Study on Tokopedia Online Buyers in Lamongan District)*", Thesis, Master of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Trunojoyo Madura University, Advisor : (1) Dr. Mohammad Arief, SE., MM (2) Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., M.M

This study aims to analyze online purchasing decisions at Tokopedia. This study uses the website quality and vendor reputation variables as independent variables. In addition, this study also uses consumer confidence as an intervening variable to analyze the effect of the level of consumer confidence on online purchasing decisions in Tokopedia. This type of research used in this research is descriptive quantitative research. The population in this study were all tokopedia online buyers in Lamongan Regency. The data analysis technique in this study uses SEM (Structural Equation Modeling) analysis which is operated through the AMOS 22 program. The results of the study show that there is a positive and significant influence of the website quality variable on consumer trust, there is a positive influence of vendor reputation variables on consumer trust and there are positive influence of consumer confidence variables on purchasing decisions. In this study website quality variables provide a greater direct effect on consumer confidence when compared to the influence of vendor reputation. For the indirect effect / intervening variable in its analysis using standardized indirect effects which results in the website quality variable having a greater indirect effect on purchasing decisions compared to vendor reputation variables.

Keywords: website quality, vendor reputation, purchasing decisions and consumer trust.