

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of web appearance, price and e-trust on purchase intention at E-commerce Tokopedia in Tuban. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques, besides this research uses a survey or questionnaire method to obtain data from respondents. The variables used are independent variables consisting of Web Display (X1), Price (X2), E-trust (X3) and the dependent variable consisting of Purchase Intention (Y1).

The growth of purchase intention in e-commerce is influenced by many factors, for example by web appearance, price and e-trust. From this study, the authors found that the relationship between web appearance, price and e-trust partially influences purchase intentions on Tokopedia E-commerce. Respondents in this study were Tokopedia E-commerce visitors in Tuban Regency.

Keywords: Web Display, Price, E-trust, Purchase Intention, E-commerce

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh tampilan web, harga dan e-trust terhadap niat beli pada E-commerce Tokopedia di Tuban. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisa regresi linear berganda, selain itu penelitian ini menggunakan metode survey atau angket untuk mendapatkan data dari responden. Variabel yang digunakan adalah variabel independen yang terdiri dari Tampilan Web (X1), Harga (X2), E-trust (X3) dan variabel dependen yang terdiri dari Niat Beli (Y1)

Pertumbuhan niat beli di *E-commerce* di pengaruhi oleh banyak faktor, misalnya oleh tampilan web, harga dan *e-trust*. Dari penelitian ini penulis menemukan bahwa hubungan tampilan web, harga dan *e-trust* secara parsial berpengaruh terhadap niat beli pada *E-commerce* Tokopedia. Responden pada penelitian ini adalah pengunjung *E-commerce* Tokopedia di Kabupaten Tuban.

Kata Kunci : Tampilan Web, Harga, *E-trust*, Niat Beli, *E-commerce*