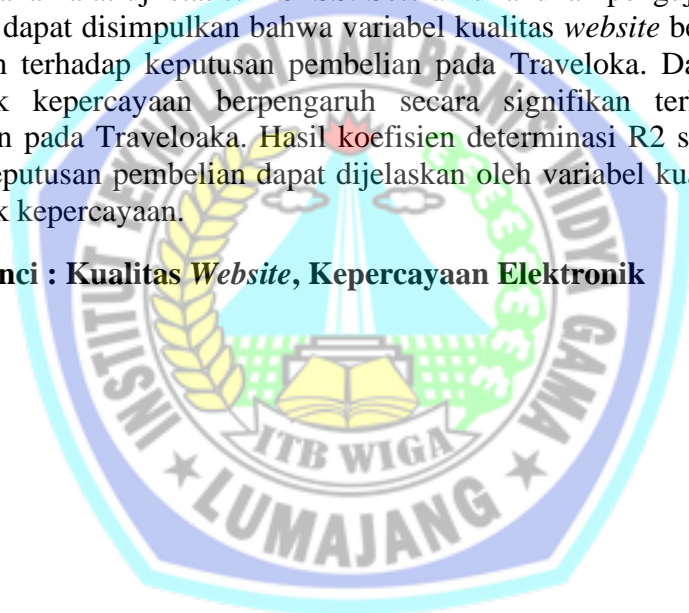


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel kualitas *website* dan kepercayaan elektronik berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Traveloka (studi pada Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dengan populasi penelitian adalah mahasiswa kelas A angkatan 2018 Institut Teknologi Dan Bisnis Widya Gama Lumajang yang pernah melakukan pembelian tiket hotel secara *online* melalui Traveloka. Teknik penelitiannya dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran Skala *likert*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan responden sebanyak 58 responden. Selanjutnya, metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji statistik SPSS. Setelah dilakukan pengujian secara persial atau uji t dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas *website* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Traveloka. Dan untuk variabel elektronik kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Traveloka. Hasil koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,657 atau 65,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas *website* dan elektronik kepercayaan.

**Kata Kunci : Kualitas *Website*, Kepercayaan Elektronik**



## **ABSTRACT**

*This study aims to examine whether website quality and electronic trust variables affect purchasing decisions at Traveloka (study of Widya Gama Lumajang Institute of Technology and Business Students). This type of research uses quantitative research. The research population is class A students class 2018 Widya Gama Lumajang Institute of Technology and Business who have purchased hotel tickets online through Traveloka. The research technique was carried out using a questionnaire with a Likert scale measurement scale. The sampling technique in this study used purposive sampling method with 58 respondents. Furthermore, the analytical method used is multiple linear regression analysis using the SPSS statistical test tool. After a partial test or t test, it can be concluded that the website quality variable has a significant effect on purchasing decisions at Traveloka. And for the electronic variable, trust has a significant effect on purchasing decisions at Traveloka. The results of the coefficient of determination R<sup>2</sup> of 0,657 or 65,7% of purchasing decisions can be explained by the variables of website quality and electronic trust.*

**Keywords:** *Website Quality, Electronic Trust*

