

ABSTRAK

Perkembangan teknologi sekarang semakin maju dan mengalami perkembangan setiap saat. Perkembangan tersebut dapat ditemukan dalam bidang kehidupan mulai dari transportasi, komunikasi elektronik, dan jual beli. Dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan, salah satu yang paling terlihat dari perkembangan teknologi tersebut adalah pembelian secara online atau disebut juga online shopping. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan desain *user interface* terhadap keputusan pembelian online di Tokopedia.

Populasi pada penelitian ini adalah orang yang sudah pernah melakukan pembelian secara online di Tokopedia. Sampel yang diambil sebanyak 200 responden. Data yang didapat dianalisis menggunakan program *IBM SPSS Statistics 26*.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Hasil analisis membuktikan bahwa ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variable kemudahan penggunaan menunjukkan hasil yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,296, lalu diikuti oleh variable kepercayaan dengan koefisien regresi sebesar 0,207 dan variable desain *user interface* dengan koefisien regresi sebesar 0,163. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa

semua variable independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.

Kata kunci: kepercayaan, kemudahan penggunaan, desain *user interface*, keputusan pembelian.