

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas *website*, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini dilakukan pada salah satu *e-commerce* di Indonesia yaitu Blibli.com. data yang digunakan adalah data primer menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan *purposive sampling* dan instrumen penelitian adalah kuesioner. Data dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 22 untuk menguji semua pengaruh antara variabel kualitas *website*, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *website* bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi bernilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, Kepercayaan bernilai positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas *Website*, Kepercayaan, Promosi, Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the effect of website quality, trust, and promotion of purchase decision. The object of this research was carried out on one of the e-commerce in Indonesia, the Blibli.com. The data used are primary data using a sample of 100 respondents. Methods of data collection using a purposive sampling method and research instruments are questionnaires. Data were analyzed using IBM SPSS Statistics version 22 application to test all influences between website quality, trust and promotion of purchase decision. The results of this study indicate that website quality are positive and have a significant effect on purchasing decisions. promotion are positive and have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, Trust is positive however has no significant effect on purchasing decisions.*

*Key words:* Website Quality, Trust, Promotion, Purchase Decision.

