

ABSTRAK

Anindia Larassati. 2021. Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. (2) Nani Septiana, S.E., M.M.

Kata Kunci : Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi 225 mahasiswa pengguna aplikasi lazada hanya 145 sampel yang digunakan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Data yang digunakan adalah data sekunder pembagian kuesioner berupa daftar pertanyaan-pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden. Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji analisis regresi linier berganda dan di uji menggunakan program *statistica packages for the social science (SPSS)* versi 20.

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa Kepercayaan, Pengalaman Berbelanja, Penilaian Konsumen, Dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Belanja Online Lazada memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.