

ABSTRAK

Widyasanti, Ida Ayu Hita (2025). Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian pada *Marketplace Shopee*. Tesis, Pendidikan Dasar, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I : Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D dan Pembimbing II: Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, S.E.,M.Si

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Peran Kepercayaan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sensus. Sampel yang diteliti adalah sebanyak 61 Mahasiswa Prodi S2 Ilmu Manajemen. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. (5) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. (6) Kepercayaan mampu memediasi secara positif pada pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian.. (7) Kepercayaan mampu memediasi secara positif pada pengaruh tidak langsung kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT

Widyasanti, Ida Ayu Hita (2025). *The Role of Trust in Mediating the Influence of Product Quality and Ease of Use on Purchasing Decisions on the Shopee Marketplace*. Thesis, Elementary Education, Postgraduate Program, Universitas Pendidikan Ganesha.

This thesis has been approved and examined by First Advisor: Prof. Putu Indah Rahmawati, M.Bis., Ph.D and Second Advisor: Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, S.E.,M.Si.

Keywords: Product Quality, Ease of Use, Trust, Purchasing Decisions

This study aims to examine the Role of Trust in Mediating the Effect of Product Quality and Ease of Use on Purchasing Decisions on the Shopee Marketplace. The sample determination in this study used a census method. The sample studied was 61 Master of Management Science Study Program Students. Data in this study were collected using a questionnaire. This study used a Structural Equation Model (SEM) analysis based on Partial Least Square (PLS). The results of the study indicate that: (1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Ease of use has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Trust has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) Product quality has a positive and significant effect on trust. (5) Ease of use has a positive and significant effect on trust. (6) Trust is able to mediate positively the indirect effect of product quality on purchasing decisions. (7) Trust is able to mediate positively the indirect effect of ease of use on purchasing decisions.