

## **RINGKASAN**

*Saat ini, internet telah menjadi hal yang sangat fenomenal dan menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Internet telah memunculkan ekonomi baru di Indonesia dan telah mengubah era belanja secara tradisional menjadi era baru yang lebih efisien, yang disebut "E-commerce"*

*Zalora Indonesia adalah situs web e-commerce yang berada di peringkat pertama untuk situs web mode yang paling populer dan paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Zalora adalah e-commerce B2C (Bisnis ke Pelanggan) yang berfokus pada fashion dan gaya hidup.*

*Karena Zalora adalah bisnis yang berbasis online, pelanggan hanya dapat melihat situs web Zalora jika mereka ingin melakukan pembelian. Situs web adalah salah satu faktor terpenting yang mendukung e-commerce. Kepercayaan online juga menjadi bagian yang sangat penting bagi keberhasilan e-commerce, karena dalam transaksi online tidak ada interaksi fisik antara pembeli, penjual, dan pembayar. Penelitian ini adalah studi tentang pengaruh langsung dari dimensi kualitas situs web seperti kegunaan, kualitas informasi, desain situs web, keamanan dan privasi terhadap niat pembelian online, juga pengaruhnya terhadap kepercayaan sebagai variabel mediasi.*

*Dengan menggunakan Amos sebagai alat analisis, hasil pengujian hipotesis menggunakan SEM adalah dalam data berikut: (1) Kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian online. (2) Kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian online. (3) Desain situs web tidak memiliki pengaruh terhadap niat pembelian online. (4) Keamanan dan Privasi tidak memiliki pengaruh terhadap niat pembelian online. (5) Kegunaan memiliki pengaruh positif terhadap e-trust. (6) Kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap e-trust. (7) Desain situs web tidak memiliki pengaruh terhadap e-trust. (8) Keamanan dan Privasi memiliki pengaruh positif terhadap e-trust. (9) E-trust memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian online.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Website, Minat Pembelian Online, Kepercayaan.*

## SUMMARY

Nowadays, internet has become very phenomenal and it becomes a need in our daily life. The internet has given rise to a new economy in Indonesia and has transcended us from the traditional shopping era into a new and more efficient era called “E-commerce”.

Zalora Indonesia is an e-commerce website that is ranked first for fashion websites that are most popular and most visited by internet users in Indonesia. Zalora is a B2C (Business to Customer) e-commerce that focuses on fashion and lifestyle.

Because Zalora is a business that based online, the customers can only see Zalora's website if they want to make a purchase. Website is one of the most important factors that supporting e-commerce also e-trust becomes a very important part for the success of e-commerce because there is no physical interaction between buyers, sellers, and payments. This research is a study about the influence of website quality dimensions such as usability, information quality, website design, security and privacy towards online purchase intention, also their influence towards e-trust as a mediating variable.

Using Amos as the analysis tool, the result of hypothesis testing using SEM is in the following data: (1) Usability has a positive influence towards online purchase intention. (2) Information quality has a positive influence towards online purchase intention. (3) Website design has no influence towards online purchase intention. (4) Security and Privacy has no influence towards online purchase intention. (5) Usability has a positive influence towards e-trust. (6) Information quality has a positive influence towards e-trust. (7) Website design has no influence towards e-trust. (8) Security and Privacy has a positive influence towards e-trust. (9) E-trust has a positive influence towards online purchase intention.

**Keywords:** Website Quality, Usability, Information Quality, Website Design, Security and Privacy, Online Purchase Intention, E-trust.