

## ABSTRAK

*E-commerce* menjadi sebuah media yang sangat membantu dalam upaya untuk meningkatkan ekonomi pelaku usaha saat ini, terbukti dengan banyaknya layanan situs berbagai perusahaan di Indonesia yang mulai mengekspansi dunia internet untuk memperluas pangsa pasarnya, dimana transaksi dan penjualan tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai dengan kehendak konsumen. Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya mereka dengan efektif dan efisien, salah satunya dengan menciptakan dan melakukan pencitraan yang baik untuk mempengaruhi pandangan konsumen mengenai produk mereka, yaitu melalui merek. Meskipun di pasar banyak beredar produk-produk yang sejenis dari produk pesaing, semuanya itu akan tergantung dari pandangan konsumen terhadap merek. Jika konsumen telah sangat paham tentang merek yang diyakininya, maka konsumen akan semakin mempercayai merek tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi online *brand trust* pada Situs Applecoast Clothing. In this research, the method that this study used is Quantitative Method, and the analysis models Multiple Regression. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini, we get result 384.16 which mean, writer need to collect 384 respondents to measure the validity of the hypothesis. But in case to prevent an error calculation (cannot be proceed) from the questionnaire, so the respondents needed is 400. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis, penilaian security, privacy, brand name, WOM, dan perceived risk pada situs Applecoast clothing adalah baik, sedangkan penilaian information quality, past experience dan website design and navigation pada situs Applecoast clothing adalah buruk. Penilaian online brand trust pada situs Applecoast clothing adalah buruk. Pengaruh security, privacy, quality of information, brand name, WOM, past experience, website design and navigation, dan perceived risk terhadap online brand trust sebesar 85,2%. Berdasarkan uji hipotesis, security, privacy, quality of Information, brand Name, WOM, past Experience, website design and navigation and perceived risk berpengaruh secara signifikan terhadap online brand trust baik secara simultan maupun parsial.

**Kata kunci : security, privacy, quality of information, brand name, WOM, perceived risk, online brand trust**