

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tentang kepercayaan pelanggan dalam berbelanja di *website e-commerce* D’Kantin. Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, manusia bisa dengan mudah mengakses dan mendapatkan semua informasi apapun lewat *gadget* yang dimilikinya, tak terkecuali dunia bisnis. Pengguna internet pun semakin meningkat setiap tahunnya, ini juga dijadikan sebagai ladang untuk para pebisnis untuk membuka usaha dengan memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk menjual belikan jasa atau barang yang diperjualkan. Dengan munculnya *e-commerce* pada jaman sekarang ini, ternyata memiliki banyak keuntungan bagi konsumen.

D’kantin merupakan perusahaan *e-commerce* pertama di Telkom University yang menggunakan konsep pembelian makanan lewat *website* dengan tujuan untuk membantu memudahkan mahasiswa dalam melakukan pemesanan makanan. Disini D’kantin tidak membuat makanan yang ditawarkan, namun hanya menjadi perantara dalam pembelian makanan. Jenis makanan yang dijual pun beragam mulai dari *fast food* seperti kfc dan mcd, hingga warung makan kecil yang berada di sekitar Telkom University. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan penilaian menggunakan skor ideal. Dengan menggunakan variabel *ability, integrity, benevolence* dengan *trust*, dan *customer behavior*. Sampel yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah sebanyak 110 responden. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah para pelanggan tidak merasakan adanya layanan yang ada pada pihak D’Kantin. Hal itu menyebabkan juga kepercayaan pelanggan pada berbelanja di D’Kantin rendah, dan sikap berbelanja pelanggan rendah.

Kata kunci : pengaruh kepercayaan, *e-commerce*, perilaku konsumen