

ABSTRAK

Culture adalah hasil pemikiran, dan karya manusia. Sehingga kebudayaan satu dengan yang lainnya akan berbeda, hal tersebut yang membuat sebuah budaya menjadi unik. komponen dasar dalam kebudayaan yang bisa dilihat salah satunya adalah teknologi, teknologi mempermudah orang untuk melakukan aktifitas, contohnya berbelanja melalui *e-commerce* menggunakan handphone. penelitian ini untuk mengetahui bagaimana budaya dan kepercayaan di Tokopedia setelah adanya penipuan (*Fraud*), dikarenakan menurut survei orang tidak akan menggunakan *e-commerce* jika mengetahui hal buruk terjadi.

Melalui penelitian ini akan dilakukan penelitian bagaimana pengaruh budaya terhadap kepercayaan, Dimensi *Culture* dengan Variabelnya yaitu *Collectivism, Uncertainty Avoidance, Power Distance, Long-term Orientation dan Masculinity*. Dimensi *Trust* dengan Variabelnya yaitu *Disposition to Trust, Ability, Integrity, Benevolence*.

Metode yang dilakukan adalah dengan metode kuantitatif dan disebar secara *online* dengan menggunakan *google form* di Kota Jawa Barat, karena Jawa Barat merupakan Provinsi yang paling banyak menggunakan *e-commerce*. Dari Kuesioner yang disebar diperoleh 438 Responden, dan pengolahan data menggunakan Lisrel 8.80.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa *culture* mempengaruhi kepercayaan individu dalam menggunakan *e-commerce*. Variabel *Collectivism, Uncertainty Avoidance, Power Distance, Long-term Orientation dan Masculinity* berpengaruh positif terhadap *Disposition to Trust*, dan *Disposition to Trust* berpengaruh positif terhadap *Ability, Integrity, Benevolence*.

Berdasarkan hasil penelitian, Individu masih percaya dengan *e-commerce* Tokopedia setelah adanya *Fraud Flash Sale*. Hal ini bisa terjadi karena Tokopedia sudah memberhentikan pegawai yang bertindak curang, dan *Flash sale* bukan satu-satunya alasan individu masih menggunakan Tokopedia.

Kata Kunci : *Culture, Trustworthiness, Disposition to Trust, e-commerce*