

## ABSTRAK

Hampir semua perusahaan bisnis sekarang mempunyai *websites*, yang pada waktu lima tahun yang lalu dianggap sebagai sesuatu yang tidak mungkin dilaksanakan. Saat ini, apapun yang akan dilakukan perusahaan, lembaga, organisasi maupun individu untuk menyampaikan informasi, melakukan negosiasi maupun kesepakatan bisnis, dapat melalui internet. Melalui e-commerce, memungkinkan kita dengan sedikit usaha memperoleh apa saja yang kita butuhkan.

Perilaku niat pelanggan (*behavioral intention*) terhadap produk dan jasa merupakan hasil dari proses kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap produk dan jasa yang telah diberikan oleh penyedia *marketplace*

Penelitian berjudul Pengaruh *E- trust* dan Dimensi kualitas *website* Terhadap *E-purchase intention* di Situs OLX. Tujuan penelitian untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *E- trust*, tanggapan responden mengenai dimensi kualitas *website*, tanggapan responden mengenai *e-purchase intention*, mengetahui apakah *E- trust* berpengaruh terhadap *e-purchase intention* dan mengetahui dimensi kualitas *website* berpengaruh terhadap *e-purchase intention* di situs OLX. Metode penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research* dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E- trust* pada Situs OLX telah dilaksanakan dengan baik dan memenuhi unsur-unsur teori *E- trust*. Kualitas *website* pada Situs OLX di lingkungan mahasiswa Telkom dapat dikatakan cukup baik. *purchase intention* Situs OLX dinilai baik. *E- trust* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *e-purchase intention* pada situs OLX. Variabel kualitas *website* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *e-purchase intention* pada situs OLX

Kata kunci: *E- trust*, kualitas *website*, *e-purchase intention*