

## ABSTRAK

Natchani Khanti (01011210139)

### **Pengaruh *Ease of Use*, *Internet Skills* dan *Website Trust* terhadap *Purchase Intention* Pengguna SOCO by Sociolla**

Transformasi digital yang semakin berkembang membuat banyak *e-commerce brand* dari berbagai tipe industri berdatangan, salah satunya adalah PT Social Bella Indonesia. Di tengah pesatnya perkembangan pangsa pasar *e-commerce* di Indonesia, peningkatan *purchase intention* pengguna menjadi hal yang penting untuk bertahan. Penelitian ini akan menganalisis bagaimana elemen *ease of use* dan *internet skills* dengan peran mediasi *website trust* dapat meningkatkan niat beli pengguna SOCO by Sociolla. Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif pendekatan deskriptif dan akan mengumpulkan data menggunakan teknik *cross-sectional research* melalui kuisisioner yang akan diisi responden sebanyak satu kali. Dengan total responden utama yang telah diuji validitas dan reliabilitas sebanyak 272 peserta, data kemudian diolah menggunakan SMART PLS 4 menggunakan teknik analisis PLS-SEM. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa variabel *ease of use* dan *internet skills* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *website trust* dan *purchase intention*. Serta variabel *website trust* sebagai variabel mediasi juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *purchase intention*.

**Kata Kunci:** *e-commerce*, kemudahan penggunaan, keterampilan internet, kepercayaan situs, niat beli