











































Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini nanti adalah dari segi tehnik pengumpulan data. Perbedaannya ada pada judul, variabel dan metode analisis data.

3. Dian Ayuningtyas, “*Pengaruh Perceived Ease Of Use, Enjoyment Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah Secara Online*” (Tesis--Universitas Tanjung Pura, Pontianak, 2015). Variabel penelitian ada 4 (empat), yaitu: (1)*Perceived Ease Of Use* (X1) (2)*Enjoyment* (X2) (3)*Trust* (X3) dan (4)Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah Secara Online (Y1); Metode penelitian eksplanatori dan deskriptif; Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner; Teknik analisis data dengan analisis regresi berganda (multiple regression). Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini nanti adalah dari segi tehnik pengumpulan data. Perbedaannya ada pada judul, variabel dan metode analisis data.
4. Juniwati, *Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online: Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak* (Tesis--Universitas Tanjung Pura, Pontianak, 2015). Variabel penelitian ada 4 (empat), yaitu: (1)*Perceived Ease of Use* (X1) (2)*Enjoyment* (X2) (3)*Trust* (X3) dan (4)Niat (Y). Pengumpulan data menggunakan metode survey; Analisis data menggunakan SEM. Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini nanti adalah dari segi tehnik pengumpulan data dan analisis data. Perbedaannya ada pada judul dan variabel penelitian.
5. I Made Arya Baskara dan I Putu Gde Sukaadmadja, “*Pengaruh Online Trust dan Perceived Enjoyment terhadap Online shopping Satisfaction dan*

*Repurchase Intention* Lazada Indonesia” (Tesis--Universitas Udayana, Bali, 2016). Variabel penelitian ada 4 (empat), yaitu: (1)*Online Trust* (X1) (2)*Perceived Enjoyment* (X2) (3)*Online shopping Satisfaction* (Y1) (4)*Repurchase Intention* (Y2); Pengumpulan data menggunakan metode survey; Analisis data menggunakan SEM. Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini nanti adalah dari segi tehnik pengumpulan data dan analisis data. Perbedaannya ada pada judul dan variabel penelitian.

Dari karya di atas dapat dilihat bahwa penulis mengambil alur yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian yang akan dilakukan penulis akan lebih spesifik pada “Pengaruh *Perceived Enjoyment* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Trust* dan Minat Membeli di *Online Shop*” dengan metode SEM dalam analisis data, sehingga penelitian ini bukan mengulangi penelitian-penelitian terdahulu, tetapi penelitian ini benar-benar memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya.

### **C. Kerangka Berfikir**

*Perceived Enjoyment* dan *Perceived Usefulness* merupakan variabel independen (variabel bebas). Para calon konsumen tentu saja menginginkan rasa nyaman dan manfaat yang diperoleh jika melakukan pembelian secara online. Rasa nyaman dan manfaat tersebut tentu dapat membuat konsumen percaya (*trust*) kepada *online shop*, semakin kuat persepsi kenyamanan dan semakin besar persepsi kemanfaatan yang dirasakan akan mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen. Dan tingkat kepercayaan konsumen tentu saja berbanding lurus dengan minat untuk berbelanja secara online. Hal ini harus mendapat perhatian pemilik dan pengelola *online shop* agar tokonya dapat maju dan berkembang.





