

ABSTRAK

Najmul Ahyar 2024 “*Analisis Survey Tingkat Kepercayaan dan Faktor Sosial Berbelanja Menggunakan E- Commerce (Studi pada Masyarakat Desa Wiwitan Kecamatan Lamasi kabupaten Luwu)*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Mursyid.

Skripsi ini membahas tentang tingkat kepercayaan dan faktor sosial masyarakat Desa Wiwitan Kecamatan Lamasi berbelanja menggunakan *E-Commerce*, penelitian ini bertujuan: untuk mendeskripsikan tingkat kepercayaan dan faktor sosial masyarakat yang membuat berbelanja menggunakan *E-Commerce* di Desa Wiwitan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu.

Jenis penelitian ini adalah *Mixed Methods* yang menggabungkan antara metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan sebaran *quesioner* atau angket dan pedoman observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan terhadap *E-Commerce* masyarakat Desa Wiwitan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu berada pada kategori tinggi, baik itu pada aspek *integrity*, *benevolence*, *competency*, dan *predictability* dengan rata-rata keseluruhan di angka 3,5 dengan jumlah sampel sebanyak 101 orang. Data dari kuesioner dengan 4 aspek yakni *Integrity*, *Benevolence*, *Competency*, dan *Predictability*. Dari keseluruhan aspek diperoleh skor yakni 3533 dengan rata-rata 3,5 untuk aspek *integrity* termasuk pada kategori setuju, 3557 dengan rata-rata 3,5 untuk aspek *benevolence* pada kategori setuju, 3533 untuk aspek *Competency* dengan rata-rata 3,5 pada kategori setuju, dan 3577 dengan rata-rata nilai diangka 3,6 pada kategori sangat setuju. Hal ini juga didukung oleh data hasil wawancara menunjukkan bahwa masyarakat Desa Wiwitan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu sejauh ini masih memiliki kepercayaan yang besar terhadap *Platform E-Commerce*. Adapun faktor sosial yang membuat masyarakat Desa Wiwitan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu dalam berbelanja menggunakan *E-Commerce* yakni kelompok referensi, kelas sosial, gaya hidup, pengaruh sosial media memiliki dampak terhadap Keputusan konsumen pada Masyarakat Desa Wiwitan Kecamatan Lamasi Kabupaten Luwu, disamping itu mereka melakukan transaksi barang atau jasa hanya untuk memenuhi kebutuhan saja.

Kata Kunci: Tingkat Kepercayaan, Faktor Sosial, *E-Commerce*