

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* terhadap minat beli di Shopee dengan kepercayaan sebagai variabel *interveving* pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya. Sampel terdiri dari 175 mahasiswa aktif periode 2018/2019. Metode yang digunakan dalam menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan alat uji *software* smartPLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *website* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya. Kualitas *website* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan di Shopee pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Shopee pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya. Sedangkan Kualitas *website* berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Shopee dengan dimediasi oleh kepercayaan pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya.

Kata kunci : Kualitas *Website*, Kepercayaan, Minat Beli.