

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh *trust*, harga, e-WOM, layanan logistik, dan desain website terhadap pengambilan keputusan pembelian di situs *Online Group Buying*. Sampel yang digunakan adalah 200 mahasiswa dari Universitas Airlangga yang pernah bertransaksi di situs *Online Group Buying*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Variabel *trust*, harga, e-WOM, layanan logistik, dan desain website ditempatkan sebagai variabel bebas, sedangkan pengambilan keputusan pembelian di situs *Online Group Buying* ditempatkan sebagai variabel tergantung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, *trust*, dan e-WOM adalah tiga variabel yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian di situs *Online Group Buying*. Dua variabel lainnya, yaitu layanan logistik dan desain website tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian di situs OGB.

Kata kunci: *Online Group Buying*, pengambilan keputusan pembelian, *Social Exchange Theory*, rangsangan pasar, sistem *e-commerce*