

Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian

(Survey pada konsumen toko *online* Shopee.co.id)

Prasetya Nurhendra

NIM : 141140178

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(hendrawae.pn@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian (survey pada konsumen toko *online* Shopee.co.id) di tahun 2018. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan kualitas informasi, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Jenis penelitian yang di gunakan adalah survey. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*, dimana responden penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kepercayaan, kemudahan, keamanan dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko *online* Shopee.co.id. (2) Variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan paling dominan dalam keputusan pembelian adalah kemudahan. *Adjusted R Square* menunjukkan sebesar 73,3% atau 0,733 bahwa variabel kepercayaan (X_1), kemudahan (X_2), keamanan (X_3) dan kualitas informasi (X_4) mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y), dan sisanya 26,7% atau 0,267 dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci : kepercayaan, kemudahan, keamanan, kualitas informasi, dan keputusan pembelian