

**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan
Pembelian Tiket secara *Online* pada Situs Traveloka**
(Survey pada pengguna situs Traveloka di kota Yogyakarta)

Adam Hary Rahmawan
NIM : 141140174

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket secara *online* pada situs Traveloka (survey pada pengguna situs Traveloka di kota Yogyakarta) di tahun 2018. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari kepercayaan, kemudahan, 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, dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada pengguna situs Traveloka. (2) kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada pengguna situs Traveloka.

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