

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI, DAN PERSEPSI

RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE

(Survei Pada Konsumen Shopee di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman D.I

Yogyakarta)

ASRI DAMAYANTI

NIM 141150180

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

asrid44@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Shopee di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta, (2) pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Shopee di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta, (3) pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Shopee di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta, dan dan (4) pengaruh kepercayaan, kualitas informasi, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Shopee di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk/barang melalui Shopee di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman D.I Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian*