

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN TRANSAKSI KREDIT ONLINE
DENGAN APLIKASI KREDIVO**

(Survey terhadap Pelanggan Aplikasi Kredit Online Kredivo di Yogyakarta)

Disusun oleh:

YENSKI PRATAMA BASTIANA PUTRA

141140099

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

yenskipratama@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Transaksi Kredit Online dengan Aplikasi Kredivo. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: minimal dua kali menggunakan jasa aplikasi Kredivo, ber-KTP Yogyakarta, berusia lebih dari 17 tahun dan memiliki penghasilan minimal Rp 3.000.000. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Transaksi Kredit Online dengan Aplikasi Kredivo pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.570, artinya 57.0% variasi dari keputusan pembelian Kredivo dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi) dan sisanya 43.0% sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain atau dipengaruhi variabel lain diluar variabel bebas yang diteliti.

Kata kunci: Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian