

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KUALITAS
PELAYANAN DAN PERSEPSI AKAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SITUS TOKOPEDIA**

Bayu panuju

Nim. 141130050

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

(PanujuBayu94@gmail.com)

081229791683

ABSTAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pentingnya pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian melalui Tokopedia. Kesimpulannya: Ada pengaruh signifikan kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui Tokopedia pada mahasiswa S1 Manajemen di UPN “Veteran” Yogyakarta. Hasil analisis =uji F disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen adalah kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, dan persepsi risiko terhadap variabel dependen adalah keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial pada mahasiswa di Surakarta benar. Hasil analisis nilai koefisien determinasi yang diperoleh Adjusted R Square = 0,754 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel independen adalah kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, dan persepsi risiko terhadap variabel dependen, yaitu pembelian keputusan melalui Tokopedia pada mahasiswa S1 Manajemen di UPN “Veteran” Yogyakarta.

Kata kunci : Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan persepsi risiko keputusan pembelian