

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah pengguna internet yang pesat membuka peluang besar bagi para pebisnis untuk memanfaatkannya sebagai media pemasaran dan bisnis. Dalam era digital ini, internet telah menjadi platform yang penting untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan melakukan transaksi bisnis. Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis lebih dalam Pengaruh Kualitas Informasi (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) terhadap Keputusan pembelian online. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan melibatkan 103 responden. metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji F dan Koefisien Determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor Kualitas Informasi (X1) Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian online.

Kata Kunci: Kualitas informasi, Harga, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The rapid growth in the number of Internet users opens up a great opportunity for businesses to use it as a marketing and business medium. In this digital age, the internet has become an important platform for interacting, communicating, and conducting business transactions. The purpose of this study is to further analyze the Effect of Accounting Information System Quality (X1), Price (X2) and Trust (X3) on Online Purchase Decisions. The type of study was quantified by involving 103 respondents. The analysis methods used are multiple linear regression, test t, test F and coefficient Determination. Research results show that the Quality of Accounting Information System (X1) Price (X2) and Trust (X3) factors have a significant and impact on online purchasing decisions.

Keywords: *Quality of Accounting Information System, Price, Trust, and Purchasing Decisions*