

SUMMARY

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI RESIKO, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Created by NOVITA DWI ASTUTIK

Subject : PERSEPSI, INFORMASI, KEPUTUSAN

Subject Alt : PERCEPTION, INFORMATION, DECISION

Keyword : persepsi resiko;persepsi kemudahan;kualitas informasi;keputusan pembelian

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi resiko, persepsi kemudahan dan kualitas informasi pada keputusan pembelian online di media sosial instagram. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari persepsi resiko, persepsi kemudahan dan kualitas informasi dan variabel dependen keputusan pembelian

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Responden penelitian ini adalah mahasiswa mahasiswi Universitas Esa Unggul reguler-aktif yang pernah melakukan pembelian secara online di media sosial instagram. Model penelitian ini menggunakan analisis regresi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi resiko memiliki nilai signifikan sebesar 0,00 ($<0,05$), persepsi kemudahan 0,044 ($<0,05$) dan kualitas informasi 0,035 ($<0,05$), Sehingga persepsi resiko, persepsi kemudahan dan kualitas informasi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan faktor dominan terhadap keputusan pembelian adalah persepsi resiko.

Date Create : 05/12/2016

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201211035

Collection : 201211035

Source : Undergraduate Theses of Management

Relation Collection : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : @Perpustakaan Universitas Esa Unggul

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor