

SUMMARY

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEMUDAHAN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE TOKOPEDIA

Created by Aldo Zulkifli Akbar

Subject : KEPERCQAYAAAN, KUALITAS, JUAL BELI

Subject Alt : TRUST, QUALITY, BUY AND SELL

Keyword : kepercayaan, kualitas informasi, kemudahan, dan keputusan pembelian.

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online Tokopedia : Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Variabel yang diteliti adalah kepercayaan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui kemudahan. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri atas kepercayaan, kualitas informasi. Variabel dependen adalah keputusan pembelian. Variabel Intervening adalah kemudahan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Esa Unggul yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian di situs jual beli online Tokopedia yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 150 responden dengan Metode Hair Sampling. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kemudahan penggunaan, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kemudahan penggunaan pada situs Tokopedia. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian, dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian pada situs Tokopedia. Kepercayaan berpengaruh secara tidak langsung melalui kemudahan terhadap keputusan pembelian konsumen di situs Tokopedia. Kualitas informasi berpengaruh secara tidak langsung melalui kemudahan terhadap keputusan pembelian konsumen di situs Tokopedia.

Contributor : SUGIYANTO

Date Create : 03/08/2017

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201311214

Collection : 201311214

Source : Undergraduate Theses of Management

Relation Collection FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : @perpustakaan Universitas Esa Unggul 2017

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