

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Pada Aplikasi Shopee.
Nama : Indriati Dwi Utami
Program Studi : S-1 Manajemen
Pembimbing : Benny Gunawan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Pada Aplikasi Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna dan pembeli belanja online pada aplikasi Shopee yang berdomisili di Kota Tangerang. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Metode Non Probability Sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Purposive Sampling sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas informasi dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan dan kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online Pada Aplikasi Shopee.

Nama : Indriati Dwi Utami

Program Studi : S-1 Manajemen

Pembimbing : Benny Gunawan

This study aims to determine the influence of Trust, Information Quality and Risk Perception on Online Shopping Purchase Decisions on the Shopee Application. The population in this study are all users and buyers of online shopping on the Shopee application that is domiciled in Tangerang City. The sample in this study was taken using the Non Probability Sampling Method using purposive sampling technique of 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis to determine the direct and indirect effect between variables. The results of this study indicate that trust, information quality and risk perception have a positive and significant effect on purchasing decisions, trust and information quality have no effect on purchasing decisions, risk perceptions have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Trust, Information Quality, Risk Perception, Purchasing Decisions