

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO *ONLINE* DIKALANGAN
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



Oleh :

ATIKATUL LATIFAH

NBI : 1211900343

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO *ONLINE* DIKALANGAN
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA



Di Ajukan Oleh :

Atikatul Latifah

NBI : 1211900343

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2023

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO *ONLINE* DIKALANGAN
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen**

Di Ajukan Oleh :

Atikatul Latifah

NBI : 1211900343

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Atikatul Latifah
NBI : 121900343
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Surabaya, 05 Juni 2023
Mengetahui / Menyetujui Pembimbing



Dr. Nanis Susanti, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal

TIM PENGUJI :

1. Dr. Nanis Susanti, MM

- Ketua



2. Drs. Ec. Istiono, MBA

- Anggota



3. Dra. Yulyar Kartika Wijayanti, MM

- Anggota



Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap (KTP) : Atikatul Latifah (P)
NBI : 1211900343
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
NIK (KTP) : 3523015311990002
Alamat Rumah (KTP) : Dsn.Krajan Rt 01, Rw 01, Ds Tawaran, Kec
Kenduruan, Kab. Tuban

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“ PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA “

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Distertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 13 Juni 2023





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap (KTP) : Atikatul Latifah
NBI : 1211900343
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :
“PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE DIKALANGAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 18 Juli 2023

Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”* sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Nanis Susanti,MM, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. Selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak atau ibu penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan pengujian skripsi.
6. Seluruh Staff dan karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak mendukung dan membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian Skripsi ini.

7. Ayahanda Ramin Alwi Sahab, Ibunda Sawiin terima kasih atas curahan kasih sayang, doa yang tidak pernah terputus, nasihat, motivasi, dan pengorbanan materinya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
8. Bagus Setyo Utomo Adik penulis dan seluruh keluarga besar penulis, terima kasih sudah memberikan support dan mendoakan.
9. Romian, Eni, Novita, dan Dina teman seperjuangan dalam menyelesaikan tugas akhir yang saling memberikan support sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. Nabila, Ari, Lca, dan Dhany terimakasih yang telah mencurahkan seluruh perhatian dan menciptakan semangat baru ketika penulis merasa jenuh.
11. Teman, saudara dan responden yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan wawasan dalam skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Surabaya , 13 Juni 2023



(Atikatul Latifah)

ABSTRAK

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas adalah untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Non probability* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,182 dengan nilai signifikan sebesar $0,032 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,329; (2) Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,201 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,440; (3) Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,864 dengan nilai signifikan sebesar $0,005 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0,376. (4) Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 55,921 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$. (5) Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan didapatkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 63,4% sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci : Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian, *Online shop*

ABSTRACT

The research objective to be achieved in accordance with the formulation of the problem described above is to determine the Influence of Trust, Ease and Quality of Information on Purchasing Decisions on Online Stores among Students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945 Surabaya. The sampling technique uses the Non probability method, which is a sampling technique that does not provide equal opportunities or opportunities for every element or member of the population to be selected as a sample. The results of this study show that: (1) Trust has a significant effect on purchasing decisions as evidenced by a calculated t value of 2.182 with a significant value of $0.032 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.329; (2) Ease of significant influence on purchasing decisions is evidenced by the calculated t value of 4.201 with a significant value of $0.000 > 0.05$ and a regression coefficient of 0.440; (3) Information Quality has a significant effect on purchasing decisions as evidenced by the calculated t value of 2.864 with a significant value of $0.005 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.376. (4) Trust, Ease and Quality of Information have a significant effect on purchasing decisions as evidenced by the calculated F value of 55.921 with a significant value of $0.000 > 0.05$. (5) Based on the results of the analysis that has been carried out, it is found that the value of the coefficient of determination (R^2) is 63.4% while the remaining 36.6% is influenced by other variables.

Keywords : Trust, Ease, Quality of Information, Purchase Decision, Online shop

RINGKASAN

Online shopping adalah bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet. Kegiatan *online shop* ini merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap mukasecara langsung, melainkan dapat dilakukan jarak jauh melalui media notebook, komputer, ataupun handphone yang tersambung dengan layanan internet. Di zaman modern ini Indonesia adalah salah satu negara yang trend dengan toko *online* atau *online shop*, hal ini dilihat dari banyaknya Toko *online* yang bermunculan seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, JD.ID dan masih banyak lagi yang bisa ditemukan sesuai kategori barang dagangan yang akan dicari atau dibeli. Melalui situs-situs belanja online, kebutuhan sehari –hari seperti pakaian dan peralatan lainnya akan cepat terpenuhi tanpa mencarinya langsung dipasaran, cukup memesan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, kemudian melakukan pembayaran transfer melalui rekening, maka proses belanja akan menjadi lebih mudah.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang bertransaksi menggunakan toko *online* . Sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2). Uji hipotesis yang digunakan adalah uji T dan uji F. analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 26.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Online* dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dilakukan dengan menggunakan metode statistik yaitu Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian yang diperoleh dari analisis regresi linier berganda adalah $Y = 6.821 + 0,329 X_1 + 0,440 X_2 + 0,376 X_3 + e$ Hasil Hipotesis uji t parsial menunjukkan besarnya (1) nilai signifikan variabel Kepercayaan (X_1) sebesar nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$). Hal ini berarti variabel Pendapatan (X_1) ada pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). (2) nilai signifikan variabel Kemudahan (X_2) nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti variabel Kemudahan (X_2) ada pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). (3) nilai signifikan variabel Kualitas Informasi (X_3) nilai signifikansi sebesar 0,005 ($0,005 < 0,05$). Hal ini berarti variabel Kualitas Informasi (X_3) ada pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

SUMMARY

Online shopping is a form of electronic commerce that allows consumers to be able to directly buy goods or services from sellers through internet media. This online shop activity is a new form of communication that does not require face-to-face communication directly, but can be done remotely through notebooks, computers, or mobile phones connected to internet services. In modern times, Indonesia is one of the trending countries with online stores or online shops, this can be seen from the many online stores that have sprung up such as Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, JD.ID and many more that can be found according to the category of merchandise to be searched or purchased. Through online shopping sites, daily needs such as clothing and other equipment will be quickly fulfilled without looking for it directly in the market, simply order goods that suit your needs and desires, then make transfer payments through the account, then the shopping process will become easier.

The population in this study is students of the Faculty of Economics & Business, University of August 17, 1945, Surabaya who transact using online stores. The sample in this study was 96 respondents. The data analysis techniques used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis and determination coefficient analysis (R^2). The hypothesis test used was the T test and F test. Data analysis in this study used the help of SPSS version 26.

To determine the magnitude of the influence of Trust, Ease and Quality of Information on Purchasing Decisions on Online Stores among Students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945 Surabaya, was carried out using a statistical method, namely Berganda Linear Regression.

The results obtained from multiple linear regression analysis are $Y = 6.821 + 0.329 X_1 + 0.440 X_2 + 0.376 X_3 + e$. The results of the partial t test hypothesis show the magnitude of (1) the significant value of the Confidence variable (X_1) of 0.032 is smaller than 0.05 (<0.05). This means that the Income variable (X_1) has a significant influence on the purchase decision variable (Y). (2) the significance value of the Ease variable (X_2) the significance value of 0.000 ($0.000 < 0.05$). This means that the Convenience variable (X_2) has a significant influence on the purchase decision variable (Y). (3) the significance value of the Information Quality variable (X_3) the significance value of 0.005 ($0.005 < 0.05$). This means that the Information Quality variable (X_3) has a significant influence on the purchase decision variable

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI | iv |
| SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT | v |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| RINGKASAN | xi |
| SUMMARY | xii |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xix |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II | 7 |
| KAJIAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran | 7 |
| 2.1.2 Perilaku konsumen | 7 |
| 2.1.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen..... | 8 |
| 2.1.3 Kepercayaan | 9 |

| | | |
|-----------------------------|--|----|
| 2.1.3.1 | Dimensi Kepercayaan..... | 10 |
| 2.1.3.2 | Indikator Kepercayaan..... | 10 |
| 2.1.4 | Kemudahan..... | 11 |
| 2.1.4.1 | Dimensi Kemudahan | 11 |
| 2.1.4.2 | Indikator Kemudahan | 12 |
| 2.1.5 | Kualitas Informasi | 12 |
| 2.1.5.1 | Dimensi Kualitas Informasi..... | 13 |
| 2.1.6 | Keputusan Pembelian | 14 |
| 2.1.6.1 | Dimensi Keputusan Pembelian..... | 14 |
| 2.1.6.2 | Indikator Keputusan Pembelian..... | 15 |
| 2.1.7 | Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| 2.2 | Hubungan Antar Variable..... | 22 |
| 2.2.1 | Hubungan antara Kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online | 22 |
| 2.2.2 | Hubungan antara Kemudahan terhadap keputusan pembelian secara online | 23 |
| 2.2.3 | Hubungan antara Kualitas Informasi terhadap keputusan pembelian secara | 24 |
| 2.3 | Kerangka Konseptual | 25 |
| 2.4.1 | Kepercayaan | 26 |
| 2.4.2. | Kemudahan..... | 26 |
| 2.4.3. | Kualitas Informasi | 26 |
| 2.4.4. | Keputusan Pembelian | 27 |
| BAB III..... | | 29 |
| METODOLOGI PENELITIAN | | 29 |
| 3.1 | Desain Penelitian | 29 |
| 3.2 | Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 29 |
| 3.3 | Jenis dan Sumber data | 29 |
| 3.3.1 | Jenis Data | 29 |
| 3.3.2 | Sumber Data..... | 29 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel..... | 30 |

| | | |
|--------------------------------------|--|----|
| 3.4.1 | Populasi | 30 |
| 3.4.2 | Sampel | 30 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 31 |
| 3.6 | Definisi Variabel dan Definisi Operasional..... | 31 |
| 3.6.1 | Definisi Variabel | 31 |
| 3.6.2. | Definisi Operasional..... | 33 |
| 3.6.2.1 | Definisi Operasional Kepercayaan | 33 |
| 3.6.2.2 | Definisi Operasional Kemudahan..... | 33 |
| 3.6.2.3 | Definisi Operasional Kualitas Informasi | 34 |
| 3.6.2.4 | Definisi Operasional Keputusan Pembelian | 35 |
| 3.7. | Proses Pengolahan Data | 36 |
| 3.8 | Metode Analisa Data | 37 |
| 3.8.1 | Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner | 37 |
| 3.8.1.1 | Uji Validitas | 37 |
| 3.8.1.2 | Uji Reliabilitas..... | 37 |
| 3.8.2 | Uji Asumsi Klasik | 38 |
| 3.8.2.1 | Uji Normalitas | 38 |
| 3.8.2.2 | Uji Heteroskedastisitas | 38 |
| 3.8.3 | Analisis Regresi Berganda..... | 39 |
| 3.9 | Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisa Data | 39 |
| 3.9.1 | Tenik Pengujian Hipotesi | 39 |
| 3.9.1.1 | Uji T (Uji Signifikan Parsial) | 39 |
| 3.9.1.2 | Uji F (Uji Signifikan Simultan)..... | 40 |
| BAB IV..... | | 41 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 41 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 41 |
| 4.2 | Deskripsi Hasil Penelitian | 41 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden | 41 |
| 4.2.1.1. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 41 |
| 4.2.1.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 42 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester | 43 |
| 4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Toko Online yang digunakan | 43 |
| 4.4 Analisis Data | 46 |
| 4.4.1 Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.4.1.1 Uji Normalitas | 46 |
| 4.4.1.2 Uji Multikolinearitas | 47 |
| 4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas | 48 |
| 4.4.2 Analisis Regresi Linear Berganda | 49 |
| 4.5. Pengujian Hpotesis | 50 |
| 4.5.1 Uji t..... | 50 |
| 4.5.2 Uji F..... | 52 |
| 4.6 Pembahasan Hasil Temuan Penelitian..... | 53 |
| 4.6.1 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian | 53 |
| 4.6.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 53 |
| 4.6.3 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian | 54 |
| 4.7 Implikasi Penelitian | 54 |
| 4.8 Keterbatasan Penelitian | 55 |
| BAB V | 57 |
| PENUTUP | 57 |
| 5.1 Simpulan..... | 57 |
| 5.2 Saran..... | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |
| KUESIONER | 63 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Marketplace Terpopuler di Indonesia Q1 2022..... | 2 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 17 |
| Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden..... | 42 |
| Tabel 4.2Usia Responden..... | 42 |
| Tabel 4.3 Program Studi Responden | 42 |
| Tabel 4.4 Semester Responden..... | 43 |
| Tabel 4.5 Toko Online yang digunakan | 43 |
| Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan (X1)..... | 44 |
| Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kemudahan (X2)..... | 45 |
| Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Informasi (X3)..... | 45 |
| Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 45 |
| Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas | 46 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas..... | 47 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas..... | 48 |
| Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... | 49 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) | 50 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji t | 51 |
| Tabel 4.16 Hasil uji F | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 Kerangka Konseptual..... | 25 |
| Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisita..... | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian Skripsi..... | 63 |
| Lampiran 2 Tabel Identitas Responden | 69 |
| Lampiran 3 Tabel Jawaban Kuesioner | 75 |
| Lampiran 4 Hasil SPSS | 87 |
| Lampiran 5 Kartu Bimbingan..... | 97 |
| Lampiran 6 Hasil Turnitin..... | 98 |