

ABSTRAK

Universitas Muhamamdiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Muhammad Ulul Albab Mansyur

20130530126

Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Produk Barang Bekas di Toko Online OLX Pada Komunitas Djogja Retrodiningrat

TAHUN SKRIPSI : 2017

DAFTAR PUSTAKA : 20 BUKU, 1 SKRIPSI, 8 JURNAL

Penelitian empiris ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara online, untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online serta untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online. Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu tingkat kepercayaan, kualitas informasi dan keputusan pembelian dengan sampel penelitian yaitu komunitas Djogja Retrodiningrat. Analisis data menggunakan Regresi Berganda.

Hasil analisis membuktikan bahwa (1) Secara simultan ketiga variabel tingkat kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online produk barang bekas di toko online OLX pada komunitas Djogja Retrodiningrat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi F sebesar 0.000. (2) Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial tingkat kepercayaan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian secara online produk barang bekas di toko online OLX pada komunitas Djogja Retrodiningrat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi t sebesar 0.036. (3) Hasil penelitian ini membuktikan, secara parsial kualitas informasi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian secara online produk barang bekas di toko online OLX pada komunitas Djogja Retrodiningrat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi t sebesar 0.000.

Kata kunci : Tingkat Kepercayaan, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian dan Online Shop

ABSTRACT

Muhamamdiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication Studies
Concentration Public Relations
Muhammad Ulul Albab Mansyur
20130530126

Effect of Trust Level and Quality of Information on Decision of Online Purchase of Used Goods Products in OLX Online Shop At Djogja Community Retrodiningrat
YEAR OF SKRIPSI: 2017

BIBLIOGRAPHY: 20 BOOK+1 SKRIPSI+8 JOURNAL

This empirical research is intended to analyze the influence of the level of trust on online purchasing decisions, to analyze the influence of the quality of information on online purchasing decisions and to analyze the influence of the level of trust and the quality of information on online purchasing decisions. This study used three variables, namely the level of trust, information quality and purchasing decisions with research samples of Djogja Retrodiningrat community. Data analysis using Multiple Regression.

The results of the analysis prove that (1) Simultaneously, the three variables of trust and quality of information affect the buying decisions of used goods products online in OLX online store in Djogja Retrodiningrat community. This is indicated by a significance value of F of 0.000. (2) The results of this study prove, partially the level of trust positively affect the purchasing decision of used goods products online in OLX online store in Djogja Retrodiningrat community. This is indicated by the significance of t value of 0.036. (3) The results of this study prove, partially the quality of information positively affect the decision to buy online used goods products in OLX online store in Djogja Retrodiningrat community. This is indicated by the significance value t of 0.000.

Keywords: Level of Trust, Information Quality, Purchase Decision and Online Shop