

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Barang *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung” ini ditulis oleh Khoirina Nur Azizah, NIM. 17402153103, pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena munculnya *online shop* yang menimbulkan perubahan perilaku belanja pada kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Jumlah *online shop* yang semakin banyak memunculkan animo mahasiswa untuk lebih memilih belanja secara *online*. Kemajuan teknologi serta kemudahan dalam mengakses *website* toko *online* menjadi faktor pendukung yang melahirkan banyaknya *online shop* sekarang ini. Seperti sekarang ini banyak mahasiswa yang membuka atau menjalankan bisnis *online shop*, selain itu ada juga yang menjadi konsumen di berbagai toko *online* atau mayoritas sudah pernah membeli produk di toko *online*.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *sampling insidental* dengan jumlah sampel sebanyak 240 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dan data diolah melalui SPSS 22.0. Data kuesioner dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang online Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, (2) Kualitas Informasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, (3) Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang online Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, (4) Harga, Kualitas Informasi dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian barang online Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Kata kunci: Harga, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "The Effect of Price, Quality of Information, and Confidence on Online Goods Purchasing Decisions in Faculty of Economics and Islamic Business Students at the State Islamic Institute of Tulungagung" was written by Khoirina Nur Azizah, Student Registered Number. 17402153103, Advisor. Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.*

*This research is motivated by The phenomenon of the rise of online shop led to changes in shopping behavior among students of the Faculty of Islamic Business Economics State Islamic Institute of Tulungagung. The number of online shop that raises more and more interest of students to prefer shopping online. Advances in technology and the ease of access to the online store website supporting factors which gave birth to many online shop today. Therefore, majority of the students become customers of online shop, and many students become owner of online shop. It means, all of students already bought a product in online shop.*

*The approach used is a quantitative approach to the type of associative research. The technique used in sampling is incidental sampling by the number of samples of 240 students of the Faculty of Islamic Business Economics State Islamic Institute of Tulungagung and data processed through SPSS 22.0. Questionnaire data were analyzed using multiple linear regression analyses. The data analysis used in this study is the validity and reliability test, the classical assumption test, the hypothesis test, and the coefficient of determination test. The results of this research show that: (1) Price partially has a positive and significant influence on purchase decisions online students of the Faculty of Islamic Business Economics State Islamic Institute of Tulungagung, (2) Quality of Information partially has a positive and significant influence on purchase decisions online students of the Faculty of Islamic Business Economics State Islamic Institute of Tulungagung, (3) Confidence partially has a positive and significant influence on purchase decisions online students of the Faculty of Islamic Business Economics State Islamic Institute of Tulungagung, (4) Price, Quality of Information, and Confidence Simultaneously positive and significant effect on the decision to purchase decisions online students of the Faculty of Islamic Business Economics State Islamic Institute of Tulungagung*

**Keywords:** *Price, Quality of Information, and Confidence*