

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Risiko dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Tokopedia pada Masyarakat Kabupaten Kediri” ini ditulis oleh El Rindya Churuliain dengan NIM 17402163206 dari jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan bantuan dosen Pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perubahan pola belanja masyarakat karena munculnya media online sebagai sarana untuk berbisnis. Salah satu media tersebut yaitu Tokopedia. Melalui aplikasi jual beli online, penjual dapat mempromosikan barang jualannya dengan lebih mudah dan murah. Sedangkan bagi pembeli, dengan adanya aplikasi jual-beli online mereka dapat memenuhi kebutuhannya tanpa harus keluar rumah. Dengan bantuan aplikasi ini juga, penipuan dalam jual beli online dapat berkurang karena uang yang dibayarkan oleh konsumen tidak secara langsung diberikan kepada penjual, akan tetapi ditahan oleh pihak aplikasi hingga barang dikonfirmasi telah tiba di rumah konsumen dengan selamat. Setelah barang dikonfirmasi, barulah uang diteruskan kepada penjual.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif di mana data yang digunakan berupa angka-angka statistik, kemudian jenis penelitian ini yaitu penelitian asosiatif di mana tujuannya yaitu untuk mengetahui hubungan dua atau lebih variabel-variabel. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, dengan menggunakan teknik pengumpulan *Accidental Sampling*. Lalu skala pengukuran data menggunakan skala likert dan analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Tokopedia pada masyarakat Kabupaten Kediri, kemudian variabel risiko dan kualitas informasi secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Tokopedia pada masyarakat Kabupaten Kediri. Sedangkan secara simultan, ketiga variabel yaitu kepercayaan, risiko, dan kualitas informasi secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Tokopedia pada masyarakat Kabupaten Kediri, dengan tingkat pengaruh sebesar 66,2%.

Kata Kunci: Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Kualitas Informasi, Risiko.

ABSTRACT

The Graduating Paper entitles “The Effect of Trust, Risk and Quality of Information Toward Muslim Customer’s Purchasing Decision at Tokopedia in Society of Kediri Regency” was written by El Rindya Churuliain with NIM.17402163206 with the help of advisor Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

This research was conducted because of the changes that appear in society about the way of people buying goods, by the effect of online shopping and online business. One of the online shopping app is Tokopedia. Through this app, seller can easily promote their product with lower cost. While for the buyer, through this app they can fulfil their needs without even stepping out the house. It's also due to this kind of app, the number of deception could be decreased, because the money that has been paid by the consumer is not directly sent to the seller, but the app will keep it until consumer confirm that the goods he's buying is safely received. After the confirmation, the app will send the money to the seller.

The method of this research is using Quantity approach where all the data was assessed by statistic rate, and the type of this research is associative research where its goal is to know the effect of two or more variables. This research using 100 samples of respondents, that was obtained by accidental sampling technique. And then the calculation of the data using likert scale and analyzed using validity test, reliability test, classic assumption test, linear regression test, hypotheses test and coefficient determination test.

The result of the research shows that trust doesn't effect on purchasing decision significantly if it was teste partially. And then risk and quality of information have a significant effect on purchasing decision by muslim consumer at Tokopedia in Kediri Regency. While simultaneously, all three variables are effective toward purchasing decision by muslim consumer at Tokopedia in Kediri Regency with determination value reaching 66,2%.

Keywords: Purchase Decision, Quality of Information, Risk, Trust.