

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Shopee pada Masyarakat Kabupaten Trenggalek” ditulis oleh Dewi Fitriana, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Nim. 126402202088, Pembimbing Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini di latarbelakangi oleh semakin berkembangnya teknologi dalam berbelanja pada masyarakat, akibat dari berkembangnya berbelanja secara online dalam berbisnis. Salah satunya adalah Shopee. Shopee termasuk salah satu aplikasi e-commerce yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia untuk berbelanja online. E-commerce dengan model market place yang menawarkan pengalaman seperti belanja dengan cepat dan mudah serta menawarkan berbagai produk yang sangat banyak. Hal ini mempermudah para konsumen dalam menjalankan jual beli yang mereka lakukan.

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Shopee pada masyarakat kabupaten Trenggalek, (2) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Shopee pada masyarakat kabupaten Trenggalek, (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Shopee pada masyarakat kabupaten Trenggalek, (4) Untuk mengetahui pengaruh harga, kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan konsumen muslim di Shopee pada masyarakat kabupaten Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu non-probability sampling. Data yang digunakan merupakan data primer berupa data cross section berupa penyebaran kuisisioner dengan jumlah sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis berupa uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan software SPSS 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (5) secara simultan harga, kepercayaan, dan kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Kepercayaan, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Price, Trust, and Quality of Information on Purchasing Decisions of Muslim Consumers at Shopee in the Trenggalek Regency Community" was written by Dewi Fitriana, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Nim. 126402202088, Supervisor Dr. Sutopo, M.Pd.

This research is motivated by the increasing development of technology in shopping in society, as a result of the development of online shopping in business. One of them is Shopee. Shopee is one of the e-commerce applications most widely used by people in Indonesia for online shopping. E-commerce with a market place model that offers experiences such as fast and easy shopping and offers a wide variety of products. This makes it easier for consumers to carry out their buying and selling.

This research aims to (1) To determine the influence of price on purchasing decisions of Muslim consumers at Shopee in the Trenggalek district community, (2) To determine the influence of trust on the purchasing decisions of Muslim consumers at Shopee in the Trenggalek district community, (3) To determine the influence of information quality on purchasing decisions of Muslim consumers at Shopee in the Trenggalek district community, (4) To determine the influence of price, trust and quality of information on Muslim consumer decisions at Shopee in the Trenggalek district community.

This research uses a quantitative type of research. The sampling technique used is non-probability sampling. The data used is primary data in the form of cross section data in the form of distributing questionnaires with a total of 100 respondents. The analysis techniques used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests in the form of t tests, f tests, and coefficient of determination tests using SPSS 24 software.

The results of this research show that partially (1) price has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) trust has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) information quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (5) simultaneously price, trust, and quality of information influence purchasing decisions.

Keywords: Price, Trust, Information Quality, Purchasing Decisions.