

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Menggunakan Marketplace Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung” yang ditulis oleh Shafina Nur Fatin, NIM. 126405201042, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena adanya perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian yaitu meningkatnya fenomena berbelanja secara daring (*online*). Jual beli tidak hanya terbatas pada jual beli konvensional saja karena kini jual beli juga dapat dilakukan melalui media internet yang lebih dikenal dengan *E-Commerce*. faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian adalah lingkungan, sosial, teknologi, dan pribadi. Adapun indikator dalam penelitian ini adalah keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan yang diukur dengan keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menguji pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian *online* pada shopee. (2) Menguji pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian *online* pada shopee. (3) Menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian *online* pada shopee. (4) menguji pengaruh keamanan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* pada shopee.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif jenisnya asosiatif. Teknik pengambilan data menggunakan angket atau kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, jumlah sample dalam penelitian ini sebanyak 368 responden. Analisis data yang digunakan yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. (2) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee. (4) Keamanan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee.

**Kata Kunci: Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Influence of Security, Ease of Use and Trust Using the Shopee Marketplace on Online Purchasing Decisions of Students at the Faculty of Economics and Islamic Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung" written by Shafina Nur Fatin, NIM. 126405201042, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. Supervisor Ahmad Syaichoni, M.Sy.*

*This research is motivated by the phenomenon of changes in people's behavior in carrying out purchasing transactions, namely the increasing phenomenon of online shopping. Buying and selling is not only limited to conventional buying and selling because now buying and selling can also be done via the internet, better known as E-Commerce. The factors that influence consumers in determining purchasing decisions are environmental, social, technological and personal. The indicators in this research are security, ease of use, and trust which are measured by purchasing decisions.*

*This study aims to (1) Test the influence of security on online purchasing decisions on Shopee. (2) Testing the influence of ease of use on online purchasing decisions on Shopee. (3) Testing the influence of trust on online purchasing decisions on Shopee. (4) testing the influence of security, ease of use and trust simultaneously on online purchasing decisions on Shopee.*

*This study uses a quantitative research method of the associative type. Data collection techniques use questionnaires. The sampling technique uses non-probability sampling techniques, the number of samples in this study is 368 respondents. Data analysis used are: validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, t test, F test, and coefficient of determination.*

*The research results show that (1) Security has a positive and significant effect on purchasing decisions on the Shopee marketplace. (2) Ease of use has a positive and significant effect on purchasing decisions on the Shopee marketplace. (3) Trust has a positive and significant effect on purchasing decisions on the Shopee marketplace. (4) Security, ease of use and trust together have a positive and significant influence on purchasing decisions on the Shopee marketplace.*

**Keywords: Security, Ease of Use, Trust and Purchasing Decisions**

## الملخص

الأطروحة بعنوان "تأثير الأمان وسهولة الاستخدام والثقة باستخدام صافي سوق على قرارات الشراء عبر الإنترنت لطلاب كلية الاقتصاد والأعمال الإسلامية، الجامعة الإسلامية الحكومية السيد علي رحمة الله تولونج" بقلم شافينا نور فاتن ، قسم إدارة الأعمال الشرعية، جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونج أجونج. المشرف أحمد سياشوني، الماجستير.

ينبع هذا البحث من ظاهرة التغيرات في سلوك الناس في القيام بعمليات الشراء، وتحديدًا تزايد ظاهرة التسوق عبر الإنترنت. لا يقتصر البيع والشراء على البيع والشراء التقليديين فقط، لأنه الآن يمكن إجراء البيع والشراء عبر الإنترنت، المعروف باسم التجارة الإلكترونية. العوامل التي تؤثر على المستهلكين في تحديد قرارات الشراء هي العوامل البيئية والاجتماعية والتكنولوجية والشخصية. المؤشرات في هذا البحث هي الأمان وسهولة الاستخدام والثقة والتي تقاس بقرارات الشراء.

يهدف هذا البحث إلى (١) اختبار تأثير الأمان صافي على قرارات الشراء عبر الإنترنت (٢) اختبار تأثير سهولة الاستخدام صافي على قرارات الشراء عبر الإنترنت على موقع صافي (٣) اختبار تأثير الثقة على قرارات الشراء عبر الإنترنت (٤) اختبار تأثير الأمان وسهولة الاستخدام والثقة في وقت واحد على قرارات الشراء عبر الإنترنت على صافي.

يستخدم هذا البحث نوعًا ترابطيًا من طريقة البحث الكمي. تستخدم تقنيات جمع البيانات الاستبيانات أو الاستبيانات. واستخدمت تقنية أخذ العينات تقنية أخذ العينات غير الاحتمالية، وبلغ عدد العينات في هذه الدراسة ثلاثمائة وثمانية وستون مستجيبًا.

تحليل البيانات المستخدم هو: اختبار الصلاحية، اختبار الموثوقية، اختبار الحالة الطبيعية، اختبار الخطية المتعددة، اختبار التباين، اختبار الانحدار الخطي المتعدد، اختبار ت، اختبار ف، ومعامل التحديد. تظهر نتائج البحث أن (١) الأمان له تأثير إيجابي وهام على قرارات الشراء في سوق صافي (٢) سهولة الاستخدام لها تأثير إيجابي وهام على قرارات الشراء في سوق صافي (٣) للثقة تأثير إيجابي وهام على قرارات الشراء في سوق صافي (٤) للأمان وسهولة الاستخدام والثقة معًا تأثير إيجابي وهام على قرارات الشراء في سوق صافي

الكلمات المفتاحية: الأمان، سهولة الاستخدام، الثقة، قرارات الشراء