

## **ABSTRACT**

This research is aimed to find out the influence of independent variables, i.e.: convenience, trust, and information quality to the dependent variable, i.e purchasing decision.

The population is all customers who have ever conducted online purchasing at Tokopedia and the number of its population is unknown, and the sample collection technique in this research has been carried out by using purposive sampling technique. The numbers of samples are 100 respondents. The observation periods has been conducted in 2017, the data is the primary data which has been obtained by issuing questionnaires. The analysis technique has been done by using multiple linear regressions.

The result of the research which has been done by using t test shows that variables, i.e.: convenience, trust, and information quality give significant and positive influence to the purchasing decision whereas The result of the research which has been done by using model feasibility test shows that the models are feasible to be used in the following test.

Keywords: convenience, trust, information quality, purchasing decision



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen: kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi, terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian *online* pada Tokopedia yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, dan penelitian ini teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 100 responden, periode pengamatan yang dilakukan pada tahun 2017. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil pengujian dari penelitian ini dengan menggunakan Uji t menunjukkan bahwa variabel kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan dengan menggunakan Uji Kelayakan Model menunjukkan hasil model layak digunakan dalam pengujian lebih lanjut.

Kata kunci: kemudahan, kepercayaan, kualitas informasi, keputusan pembelian

