

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas informasi, Kualitas pelayanan, Kemudahan penggunaan, Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang pernah melakukan pembelian di situs *olx.co.id* yang berada dalam lingkungan kampus STIESIA Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS 21.0 (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas informasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,198 dan tingkat signifikansi 0,007. Variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,227 dan tingkat signifikansi 0,018. Variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,152 dan tingkat signifikansi 0,035, Sedangkan variabel Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,580 dan tingkat signifikansi 0,000. Secara simultan, variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci : Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan, Kemudahan Penggunaan, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of information quality, service quality, easiness of use, price to the purchase decision of students at School of Economics Indonesia (STIESIA) Surabaya.

The population in this research are students who have made purchases on the site olx.co.id located within the STIESIA Surabaya campus environment. Sampling technique using purposive sampling with the number of samples as much as 100 respondents. The analysis method used is multiple linear regression analysis using SPSS 21.0 (Statistical Product and Service Solutions) application tool.

The results showed that the quality of information has a significant and positive influence on purchasing decisions with regression coefficient of 0.200 and significance level 0.009. Variable Service quality has a significant and positive influence on purchasing decisions with regression coefficient of 0.206 and a significance level of 0.032. Variable Ease of Use has a significant and positive influence on purchasing decisions with regression coefficient of 0.155 and a significance level of 0.033, While Price variables have a significant and positive influence on purchasing decisions with a regression coefficient of 0.606 and a significance level of 0.000. Simultaneously, the independent variable has a significant influence on the dependent variable with a significance level of 0.000.

Keywords: quality of information, service quality, easiness of use, price, purchase decision