

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN
DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE
(Pada Pengguna Facebook di Kota Cilacap)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1

Oleh :

**OCI GITA PANGESTI
1702010109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN
DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE
(Pada Pengguna Facebook di Kota Cilacap)**

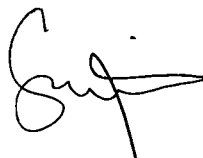


SKRIPSI

**Oleh :
OCI GITA PANGESTI
1702010109**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Pembimbing



**Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M. Si
NIK. 2160128**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Oci Gita Pangesti
NIM : 1702010109
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh keamanan, kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online (Pada pengguna Facebook di Kota Cilacap)**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan Diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M. Si

Penguji 1 : M. Agung Miftahuddin, SE., M.Si

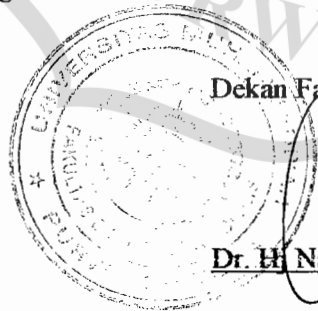
Penguji 2 : Fatmah Bagis, SE., M.Si

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 25 Januari 2021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Naclati Tubastuvi, S.E., M.Si
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Oci Gita Pangesti
NIM : 1702010109
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 25 Januari 2021
Yang Membuat Pernyataan



Oci Gita Pangesti

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Oci Gita Pangesti
NIM : 1702010109
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“ PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ONLINE (Pada Pengguna Facebook di Kota Cilacap) “**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada tanggal : 25 Januari 2021
Yang menyatakan



Oci Gita Pangesti

**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN
DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ONLINE
(Pada Pengguna Facebook di Kota Cilacap)**

Oci Gita Pangesti¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
ocigita27@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
septinbaryato@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keamanan, kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian *online* pada pengguna Facebook di kota Cilacap. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling*, didapat melalui *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini 105 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial keamanan, kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Selanjutnya hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa keamanan, kemudahan, kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *online*. Kemudian variabilitas semua variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *online* sebesar 28,7 %

Kata kunci : keamanan, kemudahan, kepercayaan, kualitas informasi, keputusan pembelian *online*

**THE EFFECT OF SECURITY, EASY, TRUST
AND INFORMATION QUALITY ON ONLINE PURCHASE DECISIONS
(For Facebook users in Cilacap City)**

Oci Gita Pangesti¹
Economics and Business Faculty
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
oci.gita27@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²
Economics and Business Faculty
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
septinharvanto@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this reserach was to analyzed the effect of security, easy, trust and information quality on online purchasing decisions among Facebook users in the city of Cilacap. This reserach uses quantitative research methods, the sampling technique was non-probability Sampling, obtained through purposive sampling is a sampling technique with certain considerations. The sample in this research was 105 respondents. The research method used in this research was multiple regression analysis. The results of the analysis showed that partially, security, easy, trust and information quality have a positive and significant effect on online purchasing decisions. Furthermore, the results of the simultaneous analysis show that security, easy, trust and information quality simultaneously influence online purchasing decisions. Then the variability of all variables has an influence on online purchasing decisions by 28.7%

Keywords: security, easy, trust, information quality, online purchasing decisions

MOTTO

“ Semua Impian Dapat Menjadi Kenyataan Jika Kita Memiliki Keberanian Untuk Mengejarnya ”

“ Usaha Akan Membuahkan Hasil Setelah Seseorang Tidak Menyerah ”



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibu saya yang paling saya sayangi dan saya cintai (Bapak Sipon dan Ibu Suwarni) sebagai tanda bukti sayang, cinta dan terima kasih yang tak terhingga atas perhatian, kasih sayang, dukungan dan doa untuk saya

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, karena berkat dan rahmatnya saya dapat menyelesaikan skripsi saya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan saya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh saya. Ucapan terimakasih kepada kepedulian mereka yang telah memberikan dukungan, kritik, masukan dan doa dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu perkenankan saya secara khusus mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Bapak Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns. M.Kep yang telah memperkenankan mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Dr. Naelati Tubastuvi SE,M.Si yang senantiasa mendukung dan telah memberikan berbagai informasi maupun bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Drs Suyoto, M.Si yang telah turut serta dalam memberikan berbagai informasi dan bimbingan kepada mahasiswa tentang tata pelaksana Penyusunan Skripsi.
4. Ibu Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan tenaga selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan kepada saya.

6. Kepada Bapak dan Ibu saya (Bapak Sipon dan Ibu Suwarni) yang telah memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan, dan doa yang sangat luar biasa kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
7. Teman-teman seperjuangan Manajemen B S1 angkatan 2017. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
8. Teman-teman seperjuangan skripsi yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Teman baik saya Antika, Dyah, Aini, Nike, Nita, Rina, Galuh, Vera yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, Januari 2021

Penulis



Oci Gita Pangesti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Perilaku konsumen	9
2. Keputusan Pembelian Online	12
3. Keamanan	14
4. Kemudahan	16
5. Kepercayaan	18
6. Kualitas Informasi	22
B. Hasil Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Pemikiran	34
1. Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i>	34
2. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online	34
3. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Online	35
4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online	36
5. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online	37
D. Hipotesis	39
BAB III. METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Populasi Dan Sampel	40

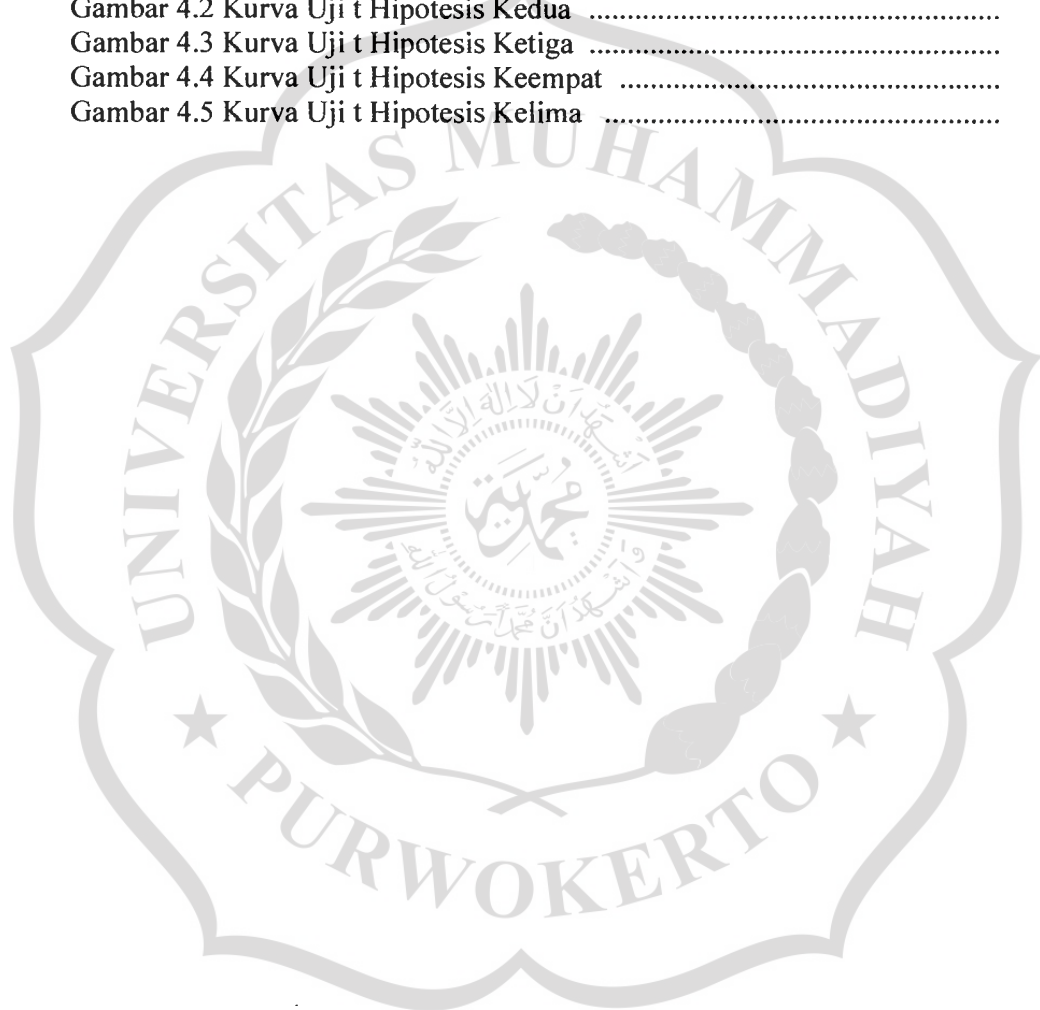
C. Metode Pengumpulan Data	43
1. Jenis Dan Sumber Data.....	43
2. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Variabel Penelitian	45
1. Variabel Independen	45
2. Variabel Dependen	45
E. Definisi Operasional	45
F. Metode Analisis Data	47
1. Uji Instrumen Data	47
2. Uji Asumsi Klasik	48
3. Uji Analisis Data	50
4. Uji Hipotesis	52
BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	57
A. Hasil Penelitian	57
1. Sejarah Facebook.....	57
2. <i>Response Rate</i>	58
3. Karakteristik Responden	59
4. Analisis Deskriptif	62
5. Uji Instrumen Data	67
6. Uji Asumsi Klasik	72
7. Uji Analisis Data	76
8. Uji Hipotesis	80
B. Pembahasan	87
1. Hipotesis Pertama	87
2. Hipotesis Kedua	88
3. Hipotesis Ketiga	88
4. Hipotesis Keempat	89
5. Hipotesis Kelima	90
BAB V. PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Keterbatasan Penelitian	92
C. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Jumlah Tiga Kecamatan di Kota Cilacap	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	59
Tabel 4.3 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Keputusan Pembelian <i>Online</i>	62
Tabel 4.4 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Keamanan	63
Tabel 4.5 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Kemudahan	64
Tabel 4.6 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Kepercayaan	65
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Butir Kualitas Informasi	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keamanan	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kemudahan	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian <i>Online</i>	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.15 Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79
Tabel 4.19 Hasil Uji F	80
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	53
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	54
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	55
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	55
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	56
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	81
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	82
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	83
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	84
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 2 : Data Penyebaran Kuesioner	104
Lampiran 3 : Karakteristik Responden	104
Lampiran 4 : Distribusi Frekuensi Responden	114
Lampiran 5 : Tabulasi Data	115
Lampiran 6 : Uji Validitas	130
Lampiran 7 : Uji Reliabilitas	135
Lampiran 8 : Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 9 : Analisis Data	140
Lampiran 10 : Uji Hipotesis	141
Lampiran 11 : Rata-rata Jawaban Responden	142
Lampiran 12 : R Tabel	144
Lampiran 13 : F Tabel	145
Lampiran 14 : t Tabel	146

