

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Tia Setiaroh
120.2015.147

Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada shopee dan tinjauannya dari sudut pandang Islam.

98 + xviii, 98 halaman, 21 tabel, 5 gambar, 11 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada Shopee dan tinjauannya menurut sudut pandang Islam. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 85 responden yang merupakan mahasiswa YARSI yang menggunakan Shopee. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan instrumen kuesioner. Software yang digunakan adalah SPSS. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Pengujian secara statistik dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas informasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kualitas informasi mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dalam Islam kualitas pelayanan, kepercayaan, kualitas informasi pada Shopee telah sesuai dengan syariat Islam. Akan tetapi pada keputusan pembelian belum sesuai dengan syariat Islam karena Shopee menjual barang yang haram. Contohnya daging babi, dan minuman beralkohol.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kualitas Informasi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

*Faculty of Economic Study
Program S-1 Management
2019*

**Tia Setiaroh
120.2015.147**

Effect of service quality, trust, and quality of information on shopee purchasing decisions and reviews from an Islamic perspective.

98 + xviii, pages, 21 tabels, 5 pictures, 11 attachment

*This study aims to analyze the effect of service quality, trust, quality of information on purchasing decisions on Shopee and its review from an Islamic point of view. The number of respondents in this study were 85 respondents who were YARSI students who used Shopee. The sampling technique uses a non probability sampling method. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. The software used is SPSS. Data analysis method used is multiple regression analysis. Statistical testing is done in two ways, namely partial testing (*t test*) and simultaneous (*F test*). Based on the results of the study showed that service quality has a positive and significant influence on purchasing decisions, trust has a positive and significant influence on purchasing decisions, information quality has a positive and significant influence on purchasing decisions, and service quality, trust, and quality of information have an influence simultaneous with purchasing decisions. In Islam the quality of service, trust, quality of information in Shopee is in accordance with Islamic law. However, the purchase decision is not in accordance with Islamic law because Shopee sells illicit goods. For example pork, and alcoholic drinks.*

Keywords: Service Quality, Trust, Information Quality, and Purchasing Decision