

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi

Program Studi S-1 Manajemen

2018

Yunissa Noer Asyiah

120.2014.197

Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Jabodetabek)

85 halaman + xvi halaman + 21 tabel + 6 gambar + dan 6 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian *online* di Tokopedia. *Populasi dalam penelitian adalah* konsumen yang pernah membeli produk/barang *online* melalui Tokopedia di Jabodetabek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *accidental sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 155 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online*. (2) *kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online*. (3) secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. kepercayaan konsumen dan kualitas informasi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online* pada konsumen Tokopedia di Jabodetabek. Menurut pandangan Islam hendaklah mengutamakan kejujuran, memberikan yang terbaik untuk konsumen. Apabila terdapat produk yang cacat hendaklah memberitahu sebelumnya kepada konsumen. Dan apabila produsen jujur serta dapat bertanggung jawab dalam berbisnis, maka konsumen akan mempercayainya. Konsumen akan merasa puas dengan jasa yang telah diberikan tersebut. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Muddatsir (74): 38).

Kata Kunci: *Kepercayaan Konsumen, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian.*