

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, PERSEPSI RESIKO DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SECARA ONLINE (STUDI PADA PENGGUNA SITUS OLX.CO.ID D/H
BERNIAGA.COM)**

CICILIA DESY WIDYA PERMATA SARI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102171@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan (X1), keamanan (X2), persepsi resiko (X3) dan kualitas pelayanan (X4) terhadap keputusan pembelian secara online (Y) pada situs olx.co.id d/h berniaga.com. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang pengakses web di olx.co.id d/h berniaga.com. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Jumlah responden 100 orang. Objek penelitian adalah orang yang pernah mengakses dan berbelanja di olx.co.id d/h berniaga.com. Jenis datanya adalah primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan untuk keputusan pembelian secara online, keamanan berpengaruh positif dan signifikan untuk keputusan pembelian secara online, persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan untuk keputusan pembelian secara online dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan untuk keputusan pembelian secara online. Hasil Adjusted R Square 68,9%.

Kata Kunci : Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Resiko, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Online

**THE EFFECTS OF TRUST, SECURITY, PERCEIVED RISK AND
SERVICE QUALITY ON ONLINE PURCHASING DECISIONS (STUDY
ON SITE USERS OLX.CO.ID D/H BERNIAGA.COM)**

CICILIA DESY WIDYA PERMATA SARI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102171@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This research aims to examine the effects of trust (X1), security (X2), the perceived risk (X3) and service quality (X4) on online purchasing decisions (Y) on the site olx.co.id d/h berniaga.com. The population of this research is all web users in olx.co.id d/h berniaga.com. The sampling technique is using purposive sampling. The sample is 100 people. The object of research is the people who have access and shopping at olx.co.id d/h berniaga.com. The data type is the primary data and using questionnaires as a data collection method. Data analysis techniques in this study is using multiple linear regression analysis.

The results show that trust has a positive and significant effect on online purchasing decisions, security has a significant and positive effect on online purchasing decisions, perceived risk has a positive and significant effect on online purchasing decisions and service quality has a significant and positive effect on online purchasing decisions. Furthermore, the results of Adjusted R Square is 68.9%.

Keyword : Trust, Security, Perceived Risk, Service Quality and Online Purchasing Decisions