

**ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KUALITAS  
PELAYANAN DAN PERSEPSI AKAN RESIKO TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL  
(SOCIAL NETWORKING WEBSITES) (Studi Pada Mahasiswa di Kota  
Semarang)**

**ISNAIN PUTRA BASKARA**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

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

*Email : 211201002006@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial (Social Networking Websites) pada mahasiswa di kota Semarang.

Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk melalui media jejaring sosial (facebook dan twitter) yang jumlahnya sangat banyak atau tidak diketahui. Jenis data yang dipakai adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampling adalah non probability sampling dengan sampel sebanyak 113 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian 2). Keamanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan keputusan pembelian. 3). Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 4). Persepsi akan Resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adjusted R Square sebesar 64,9%.

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

**ANALYSIS OF TRUST, SECURITY, QUALITY OF SERVICE AND  
PERCEIVED RISK ON PURCHASING DECISIONS THROUGH SOCIAL  
NETWORKING WEBSITES (Study on Students in Semarang)**

**ISNAIN PUTRA BASKARA**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

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

*Email : 211201002006@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

This study aims is to determine the effect of trust, security, quality of service and perceived risk on purchasing decisions through social networking websites on students in Semarang.

The population is all of the consumers who purchased products through social media (facebook and twitter) are huge in numbers or unknown numbers. The type of data used is primary data by using questionnaire method. Sampling technique was using non probability sampling with a sample of 113 respondents. The analysis technique used is multiple regression.

The results showed that: 1) Trust affect positively and insignificant for purchasing decisions. 2). Security affect negatively and insignificant for purchasing decisions. 3). Quality of Service affect positively and significant impact on purchasing decisions. 4). Perceived risk affect positively and significant impact on purchasing decisions. Adjusted R Square of 64.9%.

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