

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI, DAN  
KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE  
(Studi Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh :**

**Nila Christiana  
1561082**

**Dosen Pembimbing :  
Dr. Indra Kurniawan,S.Sos.,Mm**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas informasi, dan kemudahan terhadap keputusan pembelian online (Studi mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang). Penelitian ini menggunakan skala likert dan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran angket. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Accidental sampling* yang pernah melakukan pembelian secara *online*. Teknik analisis ini data didalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas informasi yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian *online*. Begitu juga dengan faktor kemudahan bisa juga meningkatkan keputusan pembelian *online*.

**Kata kunci : Kepercayaan, Kualitas Informasi, Kemudahan, dan Keputusan PembelianOnline.**

**THE EFFECT OF TRUST, QUALITY OF INFORMATION, AND EASE ON  
ONLINE PURCHASING DECISIONS  
(Study Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

**ABSTRACT**

**By :**

**Nila Christiana  
1561082**

**Consellor :**

**Dr. Indra Kurniawan,S.Sos.,Mm**

*This study aims to determine and analyze the effect of trust, quality of information, and ease of online purchasing decisions (Study of STIE PGRI Dewantara Jombang students). This study uses a Likert scale and data collection methods by distributing questionnaires. The population in this research is STIE PGRI Dewantara Jombang students. The sample used amounted to 100 respondents. The sampling technique uses an accidental sampling technique that has made online purchases. This analysis technique data in this study uses descriptive analysis and multiple linear regression with the help of SPSS version 20.0. The results showed that trust and good quality information can improve online purchasing decisions. Likewise with the convenience factor can also improve online purchasing decisions.*

**Keywords: Trust, Quality of Information, Ease, and Online Purchasing Decisions.**