

**Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Minat
Beli Ulang Secara daring di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa
STIE PGRI Dewantara Jombang)**

ABSTRAK

Oleh :

SEPTIYANAH

Dosen Pembimbing

Nuri Purwanto, S.ST.M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Ulang Secara daring di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang). Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian eksplanasi yaitu penelitian yang membandingkan atau mempengaruhi antara satu variabel dengan variabel lain dengan maksud menjelaskan kedudukan variable variabel tersebut. metode yang digunakan adalah metode analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini Mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA Jombang yang dikhususkan pada prodi manajemen dengan jumlah 344 Mahasiswa angkatan 2014 sampai 2015. Dan peneliti mengambil populasi sebanyak 100 mahasiswa. Sampel sebanyak 80 responden . hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci : kepercayaan, kualitas informasi dan minat beli ulang,

Influence of Trust and Information Quality on Online Repurchase

Interest in Shopee (study on students of STIE PGRI Dewantara

Jombang)

ABSTRACT

By

SEPTIYANAH

Supervisor

Nuri Purwanto, S,ST.M.M

This study aims to determine and analyze the influence of trust and quality of information on online repurchase interest in shopee (a case study for students of STIE PGRI DEWANTARA jombang). This research uses explanatory research that compares the influence between one variable with another variable with the intention of explaining the position of these variables. The method used is a method of multiple linear regression analysis. The population in this study were STIE PGRI DEWANTARA jombang students who were devoted to management study program with a total of 344 students from 2015. And the researcher took a population of 100 students. A sample of 80 respondents. The result showed that trust had no significant effect on repurchase interest, information quality had a significant effect on repurchase interest,

Keyword : trust, information quality and repurchase interest.