

ABSTRAK

Indra Setyo Ciptadi, 2023. Pengaruh Keamanan, Kemudahan Transaksi, dan Kualitas Informasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro). Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro (1) H. Suwanto, S.E., M.M (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan transaksi, dan kualitas informasi baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Shopee (studi kasus mahasiswa UM Metro). Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Marketplace Shopee. Sampel yang digunakan adalah pengguna Marketplace pada Universitas Muhammadiyah Metro yang pernah melakukan pembelian secara online di Market place Shopee dan diambil sebanyak 92 responden dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu berdasarkan kebetulan ataupun yang tersedia lebih dari satu kali. Uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis*, sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa: (1) Keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 2,237 > nilai t-tabel 1,66 dan tingkat signifikansinya 0,028. (2) Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 10,382 > nilai t-tabel 1,66 dan tingkat signifikansinya 0,000. (3) Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung sebesar 3,706 > nilai t-tabel 1,66 dan tingkat signifikansinya 0,000. (4) Keamanan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 72%, dengan 75,563 > nilai F tabel 2,15 dan tingkat signifikansinya 0,000. (5) Besarnya pengaruh Keamanan, Kemudahan Transaksi, dan Kualitas Informasi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 72%. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 7,828 + 0,124 + 0,615 - 0,229 + e$

Kata kunci: Keamanan, Kemudahan Transaksi, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian.