

ABSTRAK

Era informasi yang meningkat menjadi focus penelitian ini untuk meneliti dua variabel yaitu, informasi dan kepercayaan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh tiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian produk secara online melalui situs kaskus.. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang yang pernah melakukan pembelian produk melalui situs kaskus yang diperoleh dengan menggunakan teknik non-probability sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R²). Dari analisis tersebut diperoleh persamaan regresi

$$Y = 0,468 X1 + 1,231 X2$$

Dimana variabel Keputusan Pembelian (Y), informasi (X1) dan kepercayaan (X2). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel informasi dan kepercayaan memang layak untuk menguji variabel dependen keputusan pembelian. Angka Adjusted R Square sebesar 0,238 menunjukkan bahwa 23,8 persen variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 76,2 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: pengaruh, informasi, kepercayaan, keputusan pembelian