

ABSTRACT

Rusni Harianto 2014, The influence of Trust, *ease of uses* and Quality Information towards the purchase decision in www.rumahmadani.com.

Advisors : 1). Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM., 2). Suyono, SE, M, S, M.

This study aimed to know the influence of Trust, *ease of uses* and Quality Information toward the purchase decision in www.rumahmadani.com and it also to know variable which has dominant effect toward the purchase decision in www.rumahmadani.com.

This study used quantitative research approach. The number of sample are 96 respondent of www.rumahmadani.com. The sampling method used Non probability sampling . For instrument examination used validity test, reliability and classic assumption test while the data analysis techniques used to examine hyphotesis is multiple linear regression using the F and T test.

Based on the results of the study showed that the value of adjusted R square 0.626. it means that the effect of independent variable for dependent variable is 62,6% while 37,4% influenced by other variable is not examined in this research. Based on F test variable which consist of Trust, *ease of uses* and Quality Information simultaneously have an effect significantly To words the purchase decision in www.rumahmadani.com. Based on T test has known that Trust, *ease of uses* and Quality Information partially have an effect significantly for dependent variable . Variable has dominant effect is Trust.

Keywords: buying decision, trust, ease of uses, information quality

ABSTRAK

Rusni Harianto 2014, Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap keputusan pembelian online di Situs www.rumahmadani.com.

Dibawah bimbingan Dr. H. Pribanus Wantara, Drs., MM., dan Suyono, SE, M, S, M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin tingginya seseorang untuk bertransaksi melalui *internet* di Indonesia khususnya. Pihak pengusaha/ yang melakukan penjualan melalui *internet* harus mempunyai strategi-strategi agar dapat memenangkan persaingan serta memberikan kepercayaan, kemudahan dalam bertransaksi dan memberikan kualitas yang diinginkan konsumen. Dari hal tersebut peran kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi sangat penting. Unsur-unsur kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi saling terkait sehingga pihak pengelola dapat mencapai tujuannya dan dapat meningkatkan/memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online. (2) Untuk mengetahui variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian online.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap pengambilan keputusan pembelian online di situs www.rumahmadani.com. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, yaitu penentuan sample yang secara tidak acak tetapi dengan tujuan khusus (*purposive sampling*) dengan 96 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara/ chatting, kepustakaan, dan kuesioner dan menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Kata Kunci: *keputusan pembelian, kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi.*