

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *confidentiality*, *integrity*, dan *availability* terhadap keputusan pembelian *online* di media sosial (*instagram*) pada mahasiswa fakultas secara parsial maupun simultan. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Penelitian dilaksanakan sejak Juli 2023 hingga Oktober 2023. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *integrity* dan *availability* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*. Sedangkan, *confidentiality* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *online*.

**Kata Kunci:** Keamanan informasi, *Confidentiality*, *Integrity*, *Availability* dan Keputusan pembelian *online*

## **ABSTRACT**

This research aims to determine the influence of confidentiality, integrity, and availability on online purchasing decisions on social media (Instagram) among students, both partially and simultaneously. The data used in the research is primary data obtained from distributing questionnaires directly using a sampling technique using the simple random sampling method. The research was carried out from July 2023 to October 2023. The data collection method used a questionnaire that was tested for validity and reliability. The data analysis method used is multiple linear regression using the SPSS program. The results of this study prove that integrity and availability affect on online purchase decisions. Meanwhile, confidentiality have no affect on online purchase decisions.

**Keywords:** Information security, confidentiality, integrity, availability, and online purchase decisions