

Ayu Fitriyah, 16311039, **Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Shopee.co.id (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik Angkatan Tahun 2019)**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Januari 2020.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, kualitas informasi dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian *online* di Shopee.co.id (studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2019). Populasi dalam penelitian ini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Gresik angkatan tahun 2019 baik pagi maupun sore dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *online* di Shopee.co.id dengan sig $0,000 < 0,05$. Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *online* di Shopee.co.id dengan sig $0,000 < 0,05$. Kualitas Informasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *online* di Shopee.co.id dengan sig $0,921 > 0,05$. Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *online* di Shopee.co.id dengan sig $0,199 > 0,05$.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian.

Ayu Fitriyah, 16311039, Influence of Promotion, Price, Information Quality, and Risk Perception of Online Purchasing Decisions at Shopee.co.id (Study of Muhammadiyah Gresik University Students Force 2019), Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, January 2020

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion, price, quality of information and risk perception on online purchasing decisions at Shopee.co.id (a study of students of the University of Muhammadiyah Gresik in 2019). The population in this study was the students of Muhammadiyah Gresik University in 2019 both morning and evening and the sample in this study was 100 students. The type of data used is primary data. Testing is done using multiple linear regression analysis techniques. The results of this study indicate that the promotion variable influences online purchasing decisions at Shopee.co.id with sig 0,000 <0.05. Price affects the online purchasing decision on Shopee.co.id with sig 0,000 <0.05. Information quality has no effect on online purchasing decisions at Shopee.co.id with sig 0,921 > 0.05. Risk perception has no effect on online purchasing decisions at Shopee.co.id with sig 0.199 > 0.05.

Keywords: Promotion, Price, Information Quality, Risk Perception, Purchase Decision.