

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA
LAYANAN *ONLINE* SI-TATANG DENGAN MINAT MENGGUNAKAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT. ASABRI (PERSERO)
KANCAB SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh

FITRIA PUTRI NABILA

NIM: G03219014



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2023

PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI

Saya, Fitria Putri Nabila, G03219014, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 10 April 2023


METERAI
TEMPEL
A5AJX745305839
Fitria Putri Nabila
NIM. G03219014

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 12 Maret 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing I



Dr. H. Syarif Thayib, S.Ag. M.Si
NIP. 197011161999031001

Dosen Pembimbing II



Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M
NIP. 198612132019032009

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN
KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA LAYANAN ONLINE SI-TATANG
DENGAN MINAT MENGGUNAKAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PT. ASABRI (PERSERO) KANCAB
SURABAYA**

Oleh
Fitria Putri Nabila
NIM : G03219014

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 10 April 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. H. Syarif Thayib, S.Ag. M.Si
NIP. 197011161999031001
(Penguji 1)
2. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E., M.M
NIP. 198612132019032009
(Penguji 2)
3. Drs. H. Nur Kholis, M.Ed.Admin., Ph.D.
NIP. 196703111992031003
(Penguji 3)
4. Dr. H. Akhmad Yunan Atho'illah, M.Si.
NIP. 198101052015031003
(Penguji 4)

Tanda Tangan :

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 10 April 2023

Dekan,



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FITRIA PUTRI NABILA
NIM : G03219014
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / MANAJEMEN
E-mail address : putrinabilafitria7@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA LAYANAN *ONLINE* SI-TATANG DENGAN MINAT
MENGUNAKAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT. ASABRI (PERSERO)
KANCAB SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 April 2023

Penulis


(Fitria Putri Nabila)

ABSTRAK

Kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi telah menjadi subjek penelitian yang menarik yang berkaitan dengan penggunaan layanan *online* dalam menghadapi zaman globalisasi yang dimana semua dialihkan menjadi digital. Implementasi dari kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi diharapkan mampu mendorong penggunaan jasa layanan *online* ke tingkat yang lebih baik. Penelitian ini menganalisis pengaruh dari kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi, dan minat menggunakan terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *online* dalam menghadapi perubahan dunia yang menjadi digital.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran 1-5 yang bernilai positif. Dengan menggunakan perhitungan *purposive sampling*, diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden pengguna jasa layanan *online* Si-Tatang pada PT. ASABRI Persero Kancab Surabaya. Untuk menguji instrumen dan hipotesis, peneliti menggunakan analisis *Strusctural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis varians yaitu *Partial Least Square* (PLS) versi 3.2.9.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, *pertama*, kepercayaan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *online* si-tatang. *Kedua*, kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan jasa layanan *online* si-tatang. *Ketiga*, kemudahan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *online* si-tatang. *Keempat*, memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan jasa layanan *online* si-tatang. *Kelima*, kualitas informasi memiliki tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *online* si-tatang. *Keenam*, kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan layanan *online* si-tatang. *Ketujuh*, minat menggunakan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *online* si-tatang. *Kedelapan*, minat menggunakan memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap keputusan penggunaan. *Kesembilan*, minat menggunakan memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan antara kemudahan dan keputusan penggunaan. *Kesepuluh*, minat menggunakan memiliki pengaruh dalam memediasi hubungan antara kualitas informasi terhadap keputusan penggunaan jasa layanan *online* si-tatang.

Kata kunci: kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, Sistem Pelayanan Tanpa Datang (Si-Tatang)

ABSTRACT

Trust, convenience, and quality of information have been the subject of interesting research related to the use of online services in the face of globalization where everything is being switched to digital. The implementation of trust, convenience, and quality of information is expected to be able to encourage the use of online services to a better level. This study analyzes the influence of trust, convenience, and quality of information, and interest in using online services on the decision to use online services in the face of changes in the world that has become digital.

This type of research is quantitative research. The type of data used is primary data derived from a questionnaire using a measurement scale of 1-5 with positive values. Using purposive sampling calculations, the number of samples in this study was 100 respondents who used Si-Tatang's online services at PT. ASABRI Persero Kancab Surabaya. To test the instrument and hypothesis, the researcher used a variance-based Structural Equation Modeling (SEM) analysis, namely Partial Least Square (PLS) version 3.2.9.

The results of this study show that, first, trust has an influence on the decision to use si-tatang online services. Second, trust has an influence on interest in using si-tatang online services. Third, convenience does not have an influence on the decision to use si-tatang online services. Fourth, it has an influence on interest in using si-tatang online services. Fifth, the quality of information has no influence on the decision to use si-tatang online services. Sixth, the quality of information has an influence on interest in using si-tatang online services. Seventh, interest in using has an influence on the decision to use si-tatang online services. Eighth, interest in using has an influence in mediating the relationship between trust and use decisions. Ninth, interest in using has an influence in mediating the relationship between convenience and decision to use. Tenth, interest in using has an influence in mediating the relationship between information quality and the decision to use online services.

Keywords: trust, convenience, information quality, Service System Without Coming (Si-Tatang)

تجريدي

كانت الثقة والراحة وجودة المعلومات موضوع بحث مثير للاهتمام يتعلق باستخدام الخدمات عبر الإنترنت في مواجهة العولمة حيث يتم تحويل كل شيء إلى رقمي. من المتوقع أن يكون تنفيذ الثقة والراحة وجودة المعلومات قادرا على تشجيع استخدام الخدمات عبر الإنترنت إلى مستوى أفضل. تحلل هذه الدراسة تأثير الثقة والراحة وجودة المعلومات والاهتمام باستخدام الخدمات عبر الإنترنت على قرار استخدام الخدمات عبر الإنترنت في مواجهة التغيرات في العالم الذي أصبح رقميا

هذا النوع من البحث هو البحث الكمي. نوع البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية المستمدة من استبيان باستخدام مقياس قياس من واحد إلى خمسة بقيم موجبة. باستخدام حسابات أخذ العينات الهادفة ، كان عدد العينات في هذه الدراسة مائة أسابري بيرسيرو كانكاب سورابايا. لاختبار الأداة PT. عبر الإنترنت في Si-Tatang مستجيب استخدموا خدمات القائم على التباين ، وهو المربع الجزئي الأصغر (SEM) والفرضية ، استخدم الباحث تحليل نمذجة المعادلات الجزئية الإصدار 3.2.9 (PLS).

عبر الإنترنت. ثانيا ، الثقة لها si-tatang تظهر نتائج هذه الدراسة ، أولا ، أن الثقة لها تأثير على قرار استخدام خدمات si- عبر الإنترنت. ثالثا ، لا تؤثر الراحة على قرار استخدام خدمات si-tatang تأثير على الاهتمام باستخدام خدمات عبر الإنترنت. خامسا ، لا تؤثر جودة si-tatang عبر الإنترنت. رابعا ، لها تأثير على الاهتمام باستخدام خدمات tatang عبر الإنترنت. سادسا ، تؤثر جودة المعلومات على الاهتمام باستخدام si-tatang المعلومات على قرار استخدام خدمات عبر si-tatang عبر الإنترنت. سابعا ، الاهتمام بالاستخدام له تأثير على قرار استخدام خدمات si-tatang خدمات تاسعا ، الاهتمام . الإنترنت. ثامنا ، الاهتمام بالاستخدام له تأثير في التوسط في العلاقة بين الثقة وقرارات الاستخدام بالاستخدام له تأثير في التوسط في العلاقة بين الراحة وقرار الاستخدام. عاشرا ، الاهتمام بالاستخدام له تأثير في التوسط في العلاقة بين جودة المعلومات وقرار استخدام الخدمات عبر الإنترنت

(Si-Tatang). الكلمات المفتاحية: الثقة ، الراحة ، جودة المعلومات ، نظام الخدمة دون المجيء

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORSINALITAS SKRIPSI	iiiv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Keputusan Penggunaan Jasa.....	14
2.2 Kepercayaan	21
2.3 Kemudahan.....	26
2.4 Kualitas Informasi	28
2.5 Minat Menggunakan.....	31
2.6 Perumusan Antar Variabel	33
2.6.1 Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Online Si-Tatang	33
2.6.2 Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Layanan Online Si-Tatang	34
2.6.3 Hubungan Antara Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Online Si-Tatang	34
2.6.4 Hubungan Antara Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Layanan Online Si-Tatang	35

2.6.5 Hubungan Antara Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan <i>Online</i> Si-Tatang	36
2.6.6 Hubungan Antara Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan Jasa Layanan <i>Online</i> Si-tatang	37
2.6.7 Hubungan Antara Minat Menggunakan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan <i>Online</i> Si-Tatang	37
2.6.8 Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Minat Menggunakan Pada Jasa Layanan <i>Online</i> Si-Tatang	39
2.6.9 Hubungan Antara Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Minat Menggunakan Pada Jasa Layanan <i>Online</i> Si-Tatang.....	39
2.6.10 Hubungan Antara Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Melalui Minat Menggunakan Pada Jasa Layanan <i>Online</i> Si-Tatang.....	40
2.7 Penelitian Terdahulu.....	41
2.8 Kerangka Konseptual	48
2.9 Hipotesis.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Jenis Penelitian	51
3.2 Wilayah dan Waktu Penelitian	51
3.3 Populasi dan Sampel	51
3.4 Variabel Penelitian	54
3.4.1 Variabel Laten (<i>Latent Variable</i>).....	54
3.4.2 Variabel Terukur (<i>Measured Variable</i>)	55
3.5 Definisi Operasional.....	55
3.6 Metode Pengumpulan Data	58
3.6.1 Data Primer.....	59
3.6.2 Data Sekunder	60
3.7 Teknik Analisis Data	61
3.7.1 Structural Equation Modeling (SEM)	61
3.7.2 Partial Least Square (PLS)	62
3.7.3 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	62
3.7.4 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Profil PT.ASABRI (Persero).....	66
4.1.2 Struktur Organisasi PT. ASABRI (Persero) Kancab Surabaya	68
4.1.3 Program yang Dikelola PT.ASABRI (Persero)	68

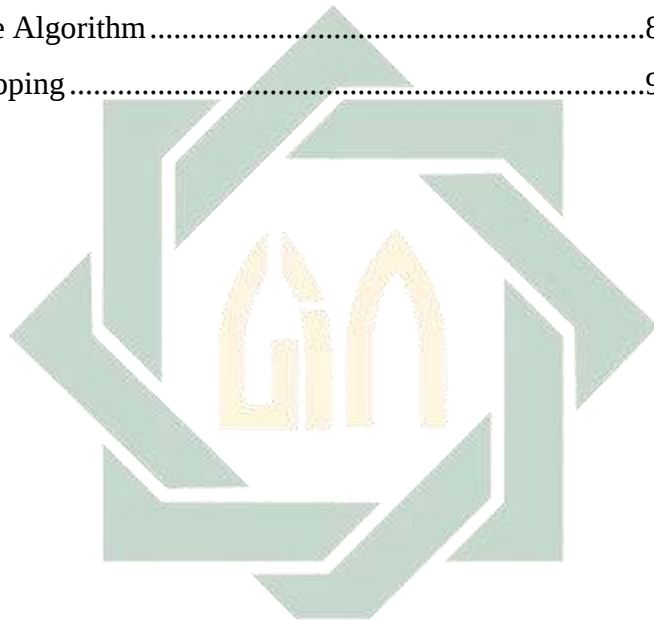
4.1.4	Tata Cara Pendaftaran/Penggunaan Si-Tatang	70
4.1.5	Kelebihan Penggunaan Si-Tatang	72
4.1.6	Kekurangan Penggunaan Si-Tatang	72
4.2	Karakteristik Responden	73
4.3	Analisis Data	83
4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model)	84
4.3.2	Model Strukturan (<i>Inner Model</i>)	91
4.4	Pembahasan	101
4.4.1	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan	102
4.4.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan	103
4.4.3	Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan	105
4.4.4	Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan	107
4.4.5	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan ..	108
4.4.6	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Minat Menggunakan	111
4.4.7	Pengaruh Minat Menggunakan Terhadap Keputusan Penggunaan	112
4.4.8	Pengaruh Minat Menggunakan Dalam Memediasi Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan	114
4.4.9	Pengaruh Minat Menggunakan Dalam Memediasi Hubungan Antara Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan	116
4.4.10	Pengaruh Minat Menggunakan Dalam Memediasi Hubungan Antara Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan	118
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	120
5.1	Simpulan	120
5.2	Saran	121
DAFTAR PUSTAKA		123
LAMPIRAN		131
A.	Biodata Peneliti	131
B.	Kuesioner Penelitian	134

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	74
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	74
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pengajuan	76
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa	77
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan	78
Tabel 4. 9 Hasil Jawaban Responden Konstruk Kepercayaan.....	79
Tabel 4. 10 Hasil Jawaban Responden Konstruk Kemudahan	80
Tabel 4. 11 Hasil Jawaban Responden Konstruk Kualitas Informasi.....	80
Tabel 4. 12 Hasil Jawaban Responden Konstruk Minat Menggunakan	81
Tabel 4. 13 Hasil Jawaban Responden Konstruk Keputusan Penggunaan.....	82
Tabel 4. 14 Uji Validitas Konvergen	86
Tabel 4. 15 Uji Validitas Diskriminan	88
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas	90
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	91
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis	94
Tabel 4. 19 Spesific Indirect Effect	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet Tahun 2022 di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Presentase Penetrasi Internet di Indonesia	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	48
Gambar 4. 1 Logo PT.ASABRI (Persero)	66
Gambar 4. 2 Model Struktural	84
Gambar 4. 3 Output Calculate Algorithm.....	85
Gambar 4. 4 Output Bootstrapping.....	95



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis (1)*. CV ANDI.
- Adityo, Benito, & Imroatul, K. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Situs Kaskus. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Aisyah, S. (2020). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Secara Online Pada Hilma Olshop. *Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi*, 1, 1–10.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amanusa, A., Astuti, E. S., & Susilo, H. (2015). PENGARUH KEMUDAHAN SERTA KUALITAS INFORMASI TERHADAP MINAT DAN PENGGUNAAN SITUS JUAL BELI ONLINE (Studi pada Pengguna Situs Jual Beli Berniaga.com). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 20(1), 85720.
- Amrozi, Y. (2022). *Metode Penelitian Dalam Bidang Sistem Informasi dan Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Anderson, J. C., & Narus, J. A. (1990). A model of distributor firm and manufacturing firm working relationships. *Journal of Marketing*.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Ayuningtiyas, K., & Gunawan, H. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152–165.
- Azizah, & Ma'rifatul, L. (2011). *Keperawatan Lanjut Usia*. Graha Ilmu.
- Barnes, J. . (2003). *Services of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business Research Methods (9th ed.)*. Irwin/McGraw-Hill.

- Davis, F. D. (1989). *“Measurement Scales for Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use”* (online).
- Devaraj, S., & Kohli, R. (2010). Performance Impacts of Information Technology: Is Actual Usage The Missing Link. *Journal Management Science*, 49, 273–289.
- Dodi Irawan Syarip, S. S., & Rosidin, S. S. (2003). *Sistem Manajemen Data dan Informasi Pendidikan*.
- Doney, P. ., & Cannon, J. . (1997). An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship. *Journal of Marketing*.
- Dr. Tedi Priatna, M. A. (2017). *Prosedur Penelitian Pendidikan* (Nurhamzah (ed.)). CV. Insan Mandiri.
- Durianto, Darmadi, & Dkk. (2013). *Strategi Penakhluk Pasar*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dyatmika, S. W. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Majalah Ekonomi*, XXIII(1), 124–134.
- Fajrin, A. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 201–223. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.2.01>
- Fakhrudin, A. (2022). *Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah Penerbangan Di Masa Pandemi Covid-19*. 15(1), 110–121.
- Ferdiansyah, G. (2017). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Online Yang Dimediasi oleh Kepercayaan Konsumen (Survey pada Pengguna E-Commerce di Indonesia). *Journal of Business Management Education* | Volume 1, Number 3, December 2016, Page.17-20, 1(3), 2014–2017.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, L. M. (2022). *Berapa Pengguna Internet Indonesia per 2022? Berikut Datanya*. <https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya>
- Gondodiyoto, & Idris. (2009). *Audit Sistem Informasi Pendekatan Konsep*. PT.

Media Global Edukasi.

- Guslan, D., & April Yani, M. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi, Harga Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen di Zalora. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(1), 24–36. <https://doi.org/10.46369/logistik.v11i1.1375>
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 183–195. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2287>
- Hafizi, A., A, N., & H, A. (2021). Purchase Intention And Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing And Discount On Medcom. id Online News Portal. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460–470.
- Hair, J.F, Black, W. ., Babin, B. ., Anderson, R. ., & Tatham, R. . (2006). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Inc.
- Hair, Joe F, Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM : Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 147.
- Hair, Joe F, W, C., Black, B., J, Babin, R. ., & Anderson, R. . (2010). *Multivariate Data Analisis (Seventh Ed)*. Pearson Education Inc.
- Hartono, J. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. ANDI.
- Hertanto, E. (2017). erbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala. *Jurnal Metodologi Penelitian*.
- Irmawati, & Cahyanto, M. R. N. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Situs Tokopedia. *Home of Management and Bussiness Journal*, 1(1), 24–34.
- Ismawati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Pada Shopee. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 51–62.
- Jogiyanto. (2007a). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Penerbit Andi.
- Jogiyanto. (2007b). *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Graha Ilmu.
- Jogiyanto, H. (2009). *sistem teknologi informasi*.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen

- online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Kominfo. (2020). *Survei Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia Bagian Penting dari Transformasi Digital*. https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid Kedua* (10th ed.). Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*. Erlangga.
- Kotler, P., Keller, & Lane, K. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lutfi, & Nupus, H. (2018). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Kepercayaan Merk Terhadap Keputusan Beli (Studi Pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Tangerang). *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 90–104. <https://doi.org/10.35448/jmb.v11i1.4324>
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Gojek Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 203. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.203-213>
- Mahliza, F. (2020). The Effect of Consumer Trust in Online Purchasing Decisions. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)-Peer Reviewed Journal*, 6(2), 198–210. <https://doi.org/10.36713/epra2013>
- Martono, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Skunder* (Edisi Revi). PT Raja Grafindo Persada.
- Mayer, R. ., Davis, J. ., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Riview*, 20(3), 709–734.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Meiryani. (2021). Memahami Validitas Konvergen (Convergent Validity) Dalam

Penelitian Ilmiah. *Binus University School of Accounting*.

Mowen, J. C. (1987). *Consumer Behavior*. Machmillan.

Mowen, & Minor. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1 (Kelima)*. Erlangga.

Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen*, 16(1), 162–173.

Negash, S., Ryan, T., & Igbaria, M. (2003). *Quality and Effectiveness in Web Based Customer Support Systems*. *Information & Mangement*. 40(8), 757–768.

Noor, J. (2014). *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Edisi 1). Kencana Prenadamedia Group.

Nugroho, J. S. (2003). *Perilaku Konsumen*.

Nugroho, S. J. (2011). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.

Nurlinda, R. . (2015). *Peran Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Dari Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop*.

Park, C. ., & Kim, Y. . (2003). Identifying Key Factors Affecting Consumer Purchase Behavior In An Online Shopping Context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(No.1), 16–29.

Peter, J. ., & Olson, J. . (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (S. Empat (ed.)).

Prathama, F., & Sahetapy, L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce Lazada. *Agora, Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1). <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8142>

Prihatini, D. N. (2019). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Studi Kasus pada Pengguna Go-Ride dalam Aplikasi Gojek di Kota Magelang)*. <http://eprintslib.ummgl.ac.id/2311/>

Prihatini, D. N., & Hidayati, L. L. A. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Ride Dalam Aplikasi Gojek Di Kota Magelang). *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing*

Of Modern Technology, 505–517.

- Putri, G. P., Welsa, H., & Diansepti, B. (2021a). Pengaruh Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pembelian Di Shopee. *Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akutansi (MEKA)*, 2(1), 28–32. <http://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka>
- Putri, G. P., Welsa, H., & Diansepti, B. M. (2021b). The Effect of Security and Convenience on Purchasing Decisions With Purchase Intension As Intervening Variable In Purchasing At Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 28–32. <https://ojs.jurnalrekaman.com/index.php/rekaman/article/view/21>
- Rachmawati, I. K., Hidayatullah, S., Nuryanti, F., & Wulan, M. (2020). The effect of consumer confidence on the relationship between ease of use and quality of information on online purchasing decisions. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(4), 774–778.
- Rahmizal, M., & Yuvendri, R. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 04(03), 403. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>
- Rasidi, W. A. R., & Monika Tiarawati. (2021). The Effect of Convenience and Trust on Online Purchasing Decision (on Blibli Platform). *Journal of Business and Management Review*, 2(8), 531–543. <https://doi.org/10.47153/jbmr28.1862021>
- Riduwan, & Akdon. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Ruparelia, N, White, & L. (2010). Drivers Of Brand Trust In Internet Retailing. *Journal Of Product & Brand Management*, 250–260.
- Ryan, N. A. (2002). In Brand We Trust. *International Business Master Thesis*.
- Salisbury, W. D., Chin, W. W., Gopal, A., & Newsted, P. R. (2002). *Research Report: Better Theory Though Measurement-Developing a Scale to Capture Consensus on Appropriation*. The Institute for Operations Research and the Management Sciences.
- Schiffman, & Kanuk. (2007a). *Perilaku Konsumen, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip* (Ketujuh). PT. Indeks.
- Schiffman, & Kanuk. (2007b). *Perilaku konsumen: Edisi kedua*. PT. Indeks Group Gramedia.

- Septa Diana Nabella. (2021). Improve Consumer Purchasing Decisions Through Quality of Service, Promotion And Quality of Information At PT. Ng Tech Supplies. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(3), 880–889. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i3.210>
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (1st ed.). Kencana Prenadamedia Group.
- Sofayn, Y., & Kurniawan, H. (2011). *Partial Least Square Path Modeling*. Salemba Infotek.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *JURNAL MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Influence Brand Ambassadors, Buying Interest, And Testimonials Again Purchasing Decisions (Study on the Shopee Indonesia Online Shop Buying and Selling Site at Budi Luhur University Period February-April 2018). *Journal of Economics and Management*, 8(April 2018), 21–34.
- Stevanus, A., & Pratiwi, R. (2018). *PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA*. 1–11.
- Subardi, L. (2018). *Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih*. 3(2).
- Sugiyono. (2011). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutabri, T. (2004). *Analisa Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- Tambunan, B., Sihombing, H., Doloksaribu, A., & Muda, I. (2018). The effect of security transactions, easy of use, and the risk perception of interest online buying on the e-commerce tokopedia site (Study on Tokopedia.id site users in Medan city). *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 420(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/420/1/012118>
- Thamizhvanan, Arun, Xavier, & M.J. (2013). Determinants of Customers Online Purchase Intention: an Emperical Study in India. *Journal of Indian Bussiness*

Research, 5(1), 17–32.

Turban, E., King, D., Lee, J., Peng, T., & C.Turban, D. (2010). *Electronic Commerce Managerial Perspective Global* (6 edition). New Jersey: Pearson.

Tyas, A. A. W. P., & Nurhasanah, N. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kemudahan Pada Situs Jual Beli Online. *Journal of Economic*, 10(1), 61–72.

Umar. (2013). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Vankatesh, V., & Davis, F. . (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–504.

Yunita, R. D., Yulianeu, Tri, A. H., & Gagah, E. (2016). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 3(3), 1–7.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A