

PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PAKAIAN JADI PADA APLIKASI SHOPEE (Studi Kasus pada Masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie)

Ayu Maulita¹⁾ Teuku Isnaini²⁾ Syamsul Akmal³⁾

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur, Sigli

Email : ayumaulita285@gmail.com,

² Fakultas Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur, Sigli

Email : isnainiteuku78@gmail.com

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Jabal Ghafur, Sigli

Email : syamsul_akmal24@yahoo.com

Info Artikel	ABSTRAK
<p><i>Riwayat Artikel:</i></p> <p>Diterima: 31-01-2024</p> <p>Direvisi: 30-04-2024</p> <p>Dipublikasikan: 05-05-2024</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Produk Pakaian Jadi Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie)”. Dimana variabel independen yaitu Keamanan (X_1), Kemudahan (X_2), Kualitas Informasi (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependennya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie yang melakukan transaksi online di aplikasi Shoppe. Kemudian digunakan metode <i>Simple Random Sampling</i>, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh responden. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi berganda Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis melalui Uji f dan Uji t, serta analisis Koefisien Determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi: $Y = 1,341 + 0,152 X_1 + 0,578 X_2 + 0,282 X_3$. Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel yang diteliti, ternyata variabel kemudahan (X_2), mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 57,8% terhadap Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Online Produk Pakaian di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie). Pengaruh antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel Keamanan (X_1), Kemudahan (X_2) dan Kualitas Informasi (X_3) terhadap Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Secara Online Produk Pakaian di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie) dengan indeks korelasi sebesar 96,2% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.</p>
<p><i>Nomor DOI :</i></p> <p>10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p> <p><i>Cara Mensitasi :</i></p> <p>Maulita, A. Isnaini, T. Akmal, A. 2024. Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pakaian Jadi Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie). 2(2), 1-16.</p>	
	<p>Kata kunci : Keamanan, Kemudahan, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian.</p>

Article Info	ABSTRACT
<p>Article History :</p> <p>Received: 31-01-2024</p> <p>Revised: 30-04-2024</p> <p>Published: 05-05-2024</p>	<p><i>This research aims to determine "The Influence of Security, Convenience and Quality of Information on Online Purchase Decisions for Apparel Products on the Shopee Application (Case Study in the Padang Tiji Community, Pidie Regency)". Where the independent variables are Security (X1), Convenience (X2), Information Quality (X3) and Purchase Decision (Y) as the dependent variable. The population in this research is the people of Padang Tiji, Pidie Regency who carry out online transactions on the Shoppe application. Then the Simple Random Sampling method was used, namely sampling of population members was carried out randomly without paying attention to the strata in the population. The sample in this research was 100 respondents. Data was collected using a survey method through questionnaires filled out by respondents. Then the data obtained was analyzed using multiple regression analysis. This analysis includes Validity Test, Reliability Test, Multiple Regression Analysis Classical Assumption Test, Hypothesis Testing via f Test and t Test, as well as Coefficient of Determination (R²) analysis. Based on the research results, the regression equation was obtained: $Y = 1.341 + 0.152 X1 + 0.578 X2 + 0.282 X3$. Based on the results of the analysis above, it can be concluded that of the three variables studied, it turns out that the convenience variable (X2) has the most dominant influence of 57.8% on online purchasing decisions (Y) for clothing products on the Shopee application (Case Study in the Community Padang Tiji, Pidie Regency). The influence between the dependent and independent variables, namely the respective variables Security (X1), Convenience (X2) and Quality of Information (X3) on Online Purchase Decisions (Y) for Clothing Products on the Shopee Application (Case Study in the Padang Tiji Community, Pidie Regency) with a correlation index of 96.2%. This means the relationship is very strong.</i></p> <p><i>Keywords: Security, Convenience, Quality of Information and Purchasing Decisions</i></p>
<p>DOI Number :</p> <p>10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p> <p>How to cite :</p> <p>Maulita, A. Isnaini, T. Akmal, A. 2024. <i>The Influence of Security, Convenience and Quality of Information on Online Purchase Decisions for Apparel on the Shopee Application (Case Study in the Padang Tiji Community, Pidie Regency)</i>. 2(2), 1-16.</p>	

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Industri *e-commerce* di Indonesia semakin menggeliat. Perusahaan *e-commerce* asing maupun lokal mengalami perkembangan pesat terutama pada tahun 2018 lalu, seperti Shopee. Sebagai bagian dari Sea Group, salah satu grup perusahaan internet terbesar di Asia Tenggara. Shopee merupakan situs elektronik komersial yang berkantor pusat di Singapura, didirikan pada 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, kemudian memperluas jaringan ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam, dan Filipina. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng, mantan karyawan Rocket Internet yang pernah memimpin Zalora dan Lazada. Lokasi kantor Shopee di Yogyakarta berada di Janti, Caturtunggal, Depok, Sleman. Shopee menunjukkan perkembangan yang dramatis di pasar *e-commerce* ASEAN, termasuk di Indonesia.

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Ada beberapa faktor yang dipertimbangkan ketika seseorang melakukan pembelian online pada aplikasi shopee di antaranya yaitu jaminan keamanan, kemudahan dan kualitas informasi.

Jaminan keamanan merupakan faktor yang paling penting dalam melakukan transaksi online karena sebelum melakukan transaksi, konsumen diharuskan membuat akun di situs jual beli online terlebih dahulu. Dalam pembuatan akun tersebut, pengguna harus mencantumkan data pribadi berupa nama lengkap, nomor hp, email atau lainnya. Keharusan pendaftaran dengan cara mencantumkan informasi pribadi terkadang membuat sebagian orang enggan untuk

melakukannya. Potensi kejahatan berupa penipuan, pembajakan kartu kredit (*carding*) dan sejenisnya sangatlah besar apabila sistem keamanan (*security*) infrastruktur *e-commerce* tidak terjamin, hal ini menjadi kajian penting dan serius bagi ahli komputer dan informatika. Banyak konsumen shopee begitu mudahnya percaya kepada penjual online dalam persepsi mereka bahwa pelayanan dan kualitas yang baik sudah mampu meyakinkan konsumen, yang pada akhirnya hal ini dapat menghilangkan faktor keamanan. Sehingga konsumen shopee menganggap bahwa tinggi rendahnya keamanan pada onlineshop tidak ada pengaruhnya pada keputusan pembelian. Masalah pada keamanan menjadi tuntutan bagi pelaku bisnis online untuk membuat layanan *e-commerce* yang dapat menjamin keamanan dan kepercayaan pada konsumen sehingga konsumen tidak ragu dalam menggunakan aplikasi shopee.

Selain faktor keamanan adapun faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor kemudahan. Kemudahan penggunaan yaitu mudah dipelajari, mudah dipahami, simpel dan mudah pengoperasiannya. Produsen maupun perusahaan biasanya menciptakan kemudahan dalam memperoleh produk dengan cara mengirimkan suatu produk ataupun barang yang dipesan oleh pelanggan. Kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Semakin mudah penggunaan teknologi akan mendukung konsumen untuk melakukan transaksi. Faktor kemudahan juga terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara *online*.

Selain jaminan keamanan dan kemudahan, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk melakukan pembelian ialah kualitas informasi. Kualitas informasi yaitu sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah *website*. Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Informasi produk pada *online shopping* mencakup informasi atribut suatu produk, rekomendasi dari para konsumen, laporan evaluasi. Kualitas informasi yang akurat dapat memberikan gambaran langsung bagi pelanggan terhadap produk yang dipasarkan. Selain itu, informasi yang *up-to-date* dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin tetap eksis terhadap produk maupun barang dalam pemasaran.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ditarik suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
2. Apakah kemudahan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
3. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
4. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu;

1. Untuk mengetahui keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
2. Untuk mengetahui kemudahan konsumen berpengaruh keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

3. Untuk mengetahui kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
4. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Menurut Nazarudin (2018) keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Kartika dan Gunawan (2018) dalam jurnalnya menyimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan salah satu alternatif yang sesuai dari dua alternatif atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

Salsabiila et al (2018) dalam jurnalnya menyatakan keputusan pembelian adalah keputusan konsumen yang mengenai preferensi atas setiap merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan sebuah maksud pembelian, konsumen bisa membentuk lima sub keputusan, yaitu (1) merek, (2) penyalur, (3) kuantitas, (4) waktu, dan (5) metode pembayaran. Konsumen tidak harus menggunakan satu jenis aturan pilihan saja terkadang menerapkan strategi keputusan bertahap yang menggabungkan dua pilihan atau lebih.

Menurut Putra (2018) dalam jurnalnya mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Keputusan dalam penelitiannya diukur dengan menggunakan 5 indikator yang meliputi: keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualnya dan keputusan tentang jumlah produk.

Dari definisi yang ada diatas, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan ialah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan salah satu alternatif yang sesuai dari dua alternatif atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Menurut Kotler dalam Munawaroh (2020:23) setiap keputusan pembelian mempunyai indikator, yakni:

1. Kemantapan sebuah produk Keputusan yang dilakukan konsumen setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang mendukung pengambilan keputusan.
2. Kebiasaan dalam membeli sebuah produk Pengalaman yang terdekat (keluarga, saudara, dan teman) dalam menggunakan sebuah produk.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain Penyampaian informasi yang positif kepada orang lain, agar tertarik melakukan pembelian.
4. Melakukan pembelian ulang Pembelian yang berkesinambungan, setelah konsumen merasakan kenyamanan atas produk atau jasa yang diterima.

Keamanan

Menurut Nasikah (2022) dalam jurnalnya menyebutkan *security* atau keamanan diartikan sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atau transaksi data. Secara umum, konsep keamanan mengacu pada kemampuan untuk melindungi

terhadap ancaman potensial. Namun, dalam lingkungan online, keamanan didefinisikan sebagai kemampuan dari website perusahaan online untuk melindungi informasi konsumen dan data transaksi keuangan mereka dicuri selama terjadi hubungan diantara mereka. Sementara kontrol keamanan yang dirasakan menggambarkan sejauh mana sebuah situs web *e-commerce* yang dianggap aman dan mampu melindungi informasi lainnya dari ancaman potensial.

Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman (Andriyani, 2018:36)

Sudarwanto dkk (2021) keamanan adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasi sendiri tidak memiliki arti fisik.

Puanda et al (2021) dalam jurnalnya memaparkan kalau jaminan keamanan berfungsi sangat perlu sebagai awal dibentuk kepercayaan untuk memangkas atensi konsumen berupa informasi individu yang salah dipergunakan serta informasi berupa transaksi yang gampang cacat. Keamanan transaksi online adalah gimana bisa menghindari terdapatnya penipuan ataupun sangat tidak mengenali terdapatnya penipuan di suatu sistem berbasis data, dimana data tersebut tidak mempunyai makna raga/fisik. Keandalan ini terpaut dengan keberadaan penjual online. Apabila perkembangan teknologi meningkat maka upaya suatu pihak untuk melakukan kecurangan berupa penipuan akan meningkat pula. Pada situs belanja online, banyaknya penjual yang melakukan penjualan berupa barang yang dipasarkan tidak sama dengan yang difoto bahkan juga ada yang tidak mengirimkan produk yang telah dibeli konsumen.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan keamanan merupakan keadaan yang terbebas dari segala jenis bahaya dari orang yang tidak bertanggung jawab, yang ingin menyalah gunakan, merusak fisik sistem serta ingin mencuri program dan data pengguna.

Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman. Mubarak (2021:34) menyatakan bahwa indikator keamanan meliputi dua hal, yaitu sebagai berikut:

1. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan berperan penting dalam mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika jaminan keamanan dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka konsumen akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

2. Kerahasiaan

Data Sangat penting nilai sebuah kerahasiaan data. Data yang jatuh ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu kerahasiaan data konsumen benar-benar harus dijaga.

Kemudahan

Menurut Nazarudin (2018) dalam jurnalnya mengemukakan bahwa ada beberapa hal yang dipertimbangkan ketika seseorang melakukan pembelian online. Diantaranya adalah kemudahan. Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli online, Kemudahan merupakan seberapa besar teknologi komputer didasarkan relative mudah untuk dipahami dan digunakan. Faktor kemudahan ini terkait dengan bagaimana operasional bertransaksi secara online. Pada saat pertama kali bertransaksi online biasanya calon pembeli akan mengalami kesulitan, karena faktor keamanan dan tidak tahu cara bertransaksi secara online pembeli cenderung mengurungkan niatnya untuk berbelanja online. Disisi lain ada juga beberapa calon pembeli yang berinisiatif untuk mencoba karena mereka telah mendapatkan

informasi tentang cara bertransaksi secara online. Dengan menyediakan layanan dan petunjuk bagaimana cara bertransaksi online, mulai dari cara pembayaran, dan fitur pengisian form pembelian.

Menurut Nasikah (2022) dalam jurnalnya menyebutkan kemudahan yaitu sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. dan pada dasarnya faktor kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan memakai sistem, meningkat juga tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Sedangkan menurut Lestari dkk (2022) dalam jurnalnya berpendapat kemudahan penggunaan mengacu kepada jelas dan mudahnya interaksi dengan sebuah sistem, kemudahan dalam menggunakan sistem untuk melakukan tindakan yang diperlukan, usaha yang diperlukan untuk berinteraksi dengan sistem dan kemudahan penggunaan system.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah suatu kondisi dimana konsumen meyakini bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakaiannya.

Menurut Munawaroh (2020:30) indikator kemudahan meliputi:

1. Mudah untuk dipelajari
Mudah untuk dipelajari artinya bahwa ketika seseorang tersebut melakukan transaksi, maka orang tersebut akan langsung mengerti dan paham. Sehingga tidak ada kesulitan dalam menggunakannya. Kemudahan dalam mempelajari akan memudahkan orang dalam penggunaannya.
2. Dapat dikontrol
Seseorang dapat mengontrol penggunaan sesuai dengan keinginannya.
3. Jelas dan dapat dimengerti
Jelas dan dapat dimengerti akan memudahkan pemakai untuk menggunakannya dan mengoperasikannya.
4. Fleksibel
Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan di indikasikan. Bahwa menggunakannya dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tidak terikat oleh waktu.
5. Mudah untuk menjadi mahir
Karena kemudahan dalam mempelajari dan menggunakannya maka seseorang akan menjadi semakin mahir dalam menggunakan berulang kali.

Kualitas Informasi

Menurut Nazarudin (2018) dalam jurnalnya mengatakan bahwa didalam online shopping sebaiknya menyajikan informasi yang mencakup kaitannya dengan produk dan jasa yang ada pada *online shopping*. Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Informasi produk dan jasa harus *up to date* untuk memuaskan kebutuhan konsumen atau pembeli *online*. Hal tersebut dapat membantu pembeli didalam membuat keputusan, konsisten dan mudah dipahami. *Online shopping* memungkinkan kedua pembeli dan penjual untuk tidak bertatap muka secara langsung, sehingga hal ini memungkinkan penjual untuk mendapat pembeli dari luar negeri atau internasional. Kegiatan tersebut merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh penjuru dunia melalui media komputer, notebook, ataupun handphone yang tersambung dengan layanan akses internet.

Menurut Harjoni (2022) dalam jurnalnya menyatakan bahwa kualitas informasi merupakan informasi yang disajikan pada *onlineshop* sebaiknya mencakup informasi berkaitan

dengan produk dan jasa yang ada pada *onlineshop*. Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Dalam memuaskan kebutuhan informasi konsumen atau pembeli online, informasi produk dan jasa harus up-to-date, membantu pembeli online dalam membuat keputusan.

Sedangkan menurut Susanto dkk (2021) menjabarkan kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal yaitu informasi harus akurat, tepat waktu dan relevan.

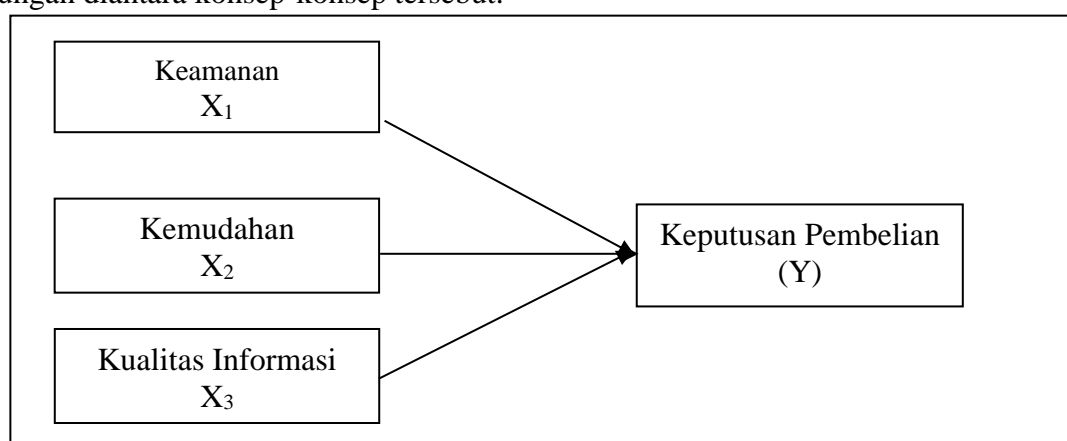
Menurut Mubarok (2021:18) dalam skripsinya menyimpulkan bahwa kualitas informasi merupakan suatu persepsi mengenai seberapa baik informasi tersebut dapat disajikan dengan detail atau lengkap. Kualitas informasi juga sesuatu ukuran tentang seberapa jelas informasi tersebut dimuat atau disampaikan. Artinya, kualitas informasi yang baik seharusnya memberikan informasi yang lengkap atau detail mengenai suatu hal. Sebaliknya, kualitas informasi yang buruk hanya memberikan informasi yang terbatas dan cenderung tidak jelas dan keputusan pembelian juga seperti sesuatu keputusan atau pilihan yang diambil oleh konsumen terhadap suatu produk dengan mempertimbangkan seberapa baik dan mudah produk tersebut untuk didapatkan atau dimiliki.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas informasi (*information*) adalah data yang telah dikelola dan diproses untuk memberikan arti dan memperbaiki proses pengambilan keputusan. Sebagaimana perannya, pengguna membuat keputusan yang lebih baik sebagai kuantitas dan kualitas dari peningkatan informasi. Kualitas informasi juga menentukan terjadinya keputusan pembelian terhadap produk ataupun barang. Jadi keakuratan, kesesuaian dan tepat waktu menjadi sesuatu yang sangat berpengaruh dalam konteks kualitas informasi. Semakin berkualitas informasi yang diberikan atau tampilkan kepada pembeli online maka akan semakin tinggi tingkat pembelian online untuk membeli produk tersebut.

Menurut Mubarok (2021:23) indikator kualitas informasi adalah sesuatu yang dapat memberikan atau menjadikan setiap informasi yang ada tersebut bisa menjadi sumber acuan antara informasi yang akurat atau tidak akurat.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut.



Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara dari masalah atau pertanyaan penelitian yang memerlukan pengujian secara empiris. Adapun yang menjadi hipotesis penelitian diduga bahwa jaminan keamanan, kemudahan dan kualitas informasi dapat berpengaruh secara signifikan

terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shoppe (studi kasus pada masyarakat padang tiji kabupaten pidie).

METODE PENELITIAN

Objek penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini memfokuskan tentang pengaruh keamanan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online produk pakaian jadi pada aplikasi shopee (studi kasus pada masyarakat padang tiji kabupaten pidie).

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, penulis menjadikan masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie yang melakukan transaksi online di aplikasi Shopee sebagai populasi dalam penelitian ini. Prosedur yang kemudian digunakan untuk pengumpulan data adalah teknik *probability sampling*, yaitu teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Kemudian digunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel yaitu dengan menggunakan rumus *Unknown Populations*: (Sugiyono, 2018:38). Adapun sampel yang di ambil dalam penelitian ini yaitu masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie yang melakukan transaksi online di aplikasi Shopee.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara (*interview*) dan observasi, yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data atau bahan-bahan keterangan dengan tatap muka langsung dengan para responden.
2. Kuesioner, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.
3. Studi pustaka (*Library Research*), yaitu pengumpulan data secara teoritis dengan cara menelaah berbagai buku literature dan bahan teori lainnya yang berkaitan dengan masalah yang dibahas yang ada hubungannya dengan landasan teori yang dipaparkan dalam penelitian ini.

Definisi dan Operasional Variabel

Definisi operasional dari variabel penelitian dimaksudkan untuk memberikan kesimpulan yang dapat memperjelas batasan, pengertian, dan ruang lingkup penelitian yang akan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini mengenai bagaimana pengaruh keamanan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1. Operasional Variabel

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Item
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Nazarudin, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk onlineshop sesuai kebutuhan 2. Memilih tempat produk yang diinginkan pembeli 3. Membandingkan produk yang ingin dibeli 4. Kemudahan dalam membeli produk onlineshop 5. Melakukan pembelian ulang (Siragih, 2019:21) 	Likert	Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5
2.	Keamanan (X1)	Sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atau transaksi data. (Nasikah, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terjaminnya Transaksi 2. Kemudahan Transaksi 3. Bukti Transaksi 4. Citra Penjual Online 5. Kualitas Produk (Hardiyanti, 2018:33) 	Likert	X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5
3.	Kemudahan (X2)	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Nasikah, 2022)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk dipelajari 2. Dapat dikontrol 3. Jelas dan dapat dimengerti 4. Fleksibel 5. Mudah untuk menjadi mahir (Munawaroh, 2020:30) 	Likert	X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5
4.	Kualitas Informasi (X3)	Informasi yang disajikan pada online shop sebaiknya mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada <i>onlineshop</i> (Harjoni, 2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keakuratan informasi 2. Ketepatan waktu 3. Kelengkapan Informasi 4. Penyajian Informasi (Setiawan, 2018) 	Likert	X3.1 X3.2 X3.3 X3.4

Alat Analisis Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara eamanan (X1), kemudahan (X2) dan kualitas informasi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan menggunakan program SPSS Versi 22. Uji hipotesis linier menurut Sudijono (2018:65) dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
a = bilangan konstanta
 $b_1 b_2 b_3$ = koefisien regresi
 X_1 = Jaminan Keamanan (total skor)
 X_2 = Kemudahan (total skor)
 X_3 = Kualitas Informasi (total skor)
e = kesalahan pengganggu (standar error)

Uji Validitas

Validitas menurut Arikunto (2018:51) adalah suatu ukuran yang menunjukkan ke validan atau kesahihan suatu instrumen. suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi, uji validitas di lakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Pernyataan di katakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel dengan menggunakan level signifikan 5 %.

Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila di gunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Untuk melihat reabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, peneliti menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Menurut Malhotra (2017:268) suatu instrumen dikatakan reliabel jika memiliki nilai alfabanya lebih besar dari 0,60.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui hipotesis diterima atau di tolak. Dalam penelitian ini, untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji signifikan parsial (uji t) dan uji signifikan simultan (uji F).

1. Uji Simultan (Uji F)
 - a. Jika F hitung lebih besar (>) dari F tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu keamanan, kemudahan dan kualitas informasi berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian (Y).
 - b. Jika F hitung lebih besar (<) dari F tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu keamanan, kemudahan dan kualitas informasi tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Uji Parsial (Uji t)
 - a. Jika t hitung lebih besar (>) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu keamanan, kemudahan dan kualitas informasi berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian (Y).
 - b. Jika t hitung lebih kecil (<) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu keamanan, kemudahan dan kualitas informasi tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. R^2 menunjukkan seberapa jauh kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Besarnya koefisien determinasi ini adalah 0 sampai dengan 1. Apakah nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka semakin baik kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas butir-butir dari kuisioner ini dilakukan secara statistik, yaitu menggunakan metode korelasi *product moment*, dengan kriteria penentuan jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh lebih besar dari pada koefisien dari tabel nilai-nilai kritis r , yaitu pada taraf signifikan 5%, instrumen tes yang diujicobakan tersebut dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} untuk penelitian ini adalah 0.195. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka kuesioner dikatakan valid dan sebaliknya jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid sebagai instrumen penelitian. Adapun hasil uji tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis=5% (100)	Ket
X ₁	X1.1	0. 714	0.195	Valid
	X1.2	0. 706	0.195	Valid
	X1.3	0. 651	0.195	Valid
	X1.4	0. 732	0.195	Valid
	X1.5	0. 807	0.195	Valid
X ₂	X2.1	0. 822	0.195	Valid
	X2.2	0. 764	0.195	Valid
	X2.3	0. 785	0.195	Valid
	X2.4	0. 720	0.195	Valid
	X2.5	0. 640	0.195	Valid
X ₃	X3.1	0. 759	0.195	Valid
	X3.2	0. 698	0.195	Valid
	X3.3	0. 767	0.195	Valid
	X3.4	0.825	0.195	Valid
Y	Y1	0. 801	0.195	Valid
	Y2	0. 761	0.195	Valid
	Y3	0. 788	0.195	Valid
	Y4	0. 708	0.195	Valid
	Y5	0. 596	0.195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, (2022)

Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa butir-butir kuesioner dalam penelitian ini adalah valid hal ini ditunjukkan dengan nilai r_{hitung} pada masing-masing item lebih besar dari r_{tabel} (0.195), artinya seluruh butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian kehandalan ditunjukkan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Tinggi rendahnya keandalan digambarkan melalui koefisien reliabilitas dalam suatu rangka tertentu. Dalam pengujian kehandalan digunakan tes konsistensi internal yaitu sistem pengujian terhadap sekelompok tertentu, kemudian dihitung skornya dan diuji konsistensinya terhadap berbagai item yang ada dalam kelompok tersebut.

Nilai koefisien alpha bervariasi mulai dari 0 (nol) sampai dengan 1 (satu) dan untuk nilai alphanya = 0,60 atau kurang memberi indikasi bahwa alat ukur tersebut kurang kehandalannya.

Tabel 3
Reliabilitas Variabel Penelitian Alpha

No	Variabel	Item Variabel	Nilai Alpha	Kehandalan
1	Keamanan (X ₁)	5	0,802	Handal
2	Kemudahan (X ₂)	5	0,802	Handal
3	Kaulitas Informasi (X ₃)	4	0,759	Handal
4	Keputusan Pembelian (Y)	5	0,785	Handal

Sumber : Data Primer Diolah, (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa alpha untuk masing-masing variabel yaitu variabel keamanan (X₁) diperoleh nilai alpha sebesar 0,802, variabel kemudahan (X₂) diperoleh nilai alpha sebesar 0,802, variabel kaulitas informasi (X₃) diperoleh nilai alpha sebesar 0,759, serta variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai alpha sebesar 0,785. Dengan demikian pengukuran reliabilitas terhadap variabel penelitian menunjukkan bahwa pengukuran kehandalan memenuhi syarat reliabilitas atau dengan kata lain bahwa kuesioner ini reliabel sebagai instrumen penelitian.

Analisi Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online pakaian jadi pada toko online shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie, maka dilakukan analisis data melalui regresi linear berganda. Dimana hasilnya dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4
Pengaruh Masing-masing Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.341	.616		2.177	.032
Keamanan	.152	.068	.137	2.238	.028
Kemudahan	.578	.062	.628	9.264	.000
Kualitas_Informasi	.282	.078	.230	3.592	.001

Dari *output* SPSS di atas dengan dipergunakan model regresi berganda, dapat difungsikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,341 + 0,152 X_1 + 0,578 X_2 + 0,282 X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 1,341 artinya jika keamanan (X₁), kemudahan (X₂) dan kualiras informasi (X₃) dianggap konstan, maka keputusan pembelian secara online pakaian jadi pada aplikasi shoppee pada masyarakat padang tiji kabupaten pidie adalah sebesar 1,341 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada toko online shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie dapat dikatakan sangat baik.

Nilai koefisien regresi keamanan sebesar 0,152 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan keamanan (X₁), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 15.2%. Ini berarti

terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Nilai koefisien regresi kemudahan sebesar 0,578 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan kemudahan (X_2), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 57,8%. Ini berarti terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Nilai koefisien regresi kualitas informasi sebesar 0,282 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan kualitas informasi (X_3), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 28,2%. Ini berarti terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel yang diteliti, ternyata variabel kemudahan (X_2), mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 57,8% terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (secara parsial). Pembuktian hipotesis secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Analisis Uji t

Nama Variabel	B	Standar Error	Beta	t_{hitung}	t_{tabel}	Sign
Konstanta	1.341	.616		2.177	1,660	.032
Keamanan (X_1)	.152	.068	.137	2.238	1,660	.028
Kemudahan (X_2)	.578	.062	.628	9.264	1,660	.000
Kaulitas Informasi (X_3)	.282	.078	.230	3.592	1,660	.001

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2022)

Variabel keamanan (X_1) diperoleh $t_{hitung} 2,238 > t_{tabel} 1,660$, sehingga Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan (X_1) ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Variabel kemudahan (X_2) diperoleh $t_{hitung} 9,264 > t_{tabel} 1,660$, sehingga Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Variabel kualitas informasi (X_3) diperoleh $t_{hitung} 3,592 > t_{tabel} 1,660$, sehingga Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima. Dari hasil uji t ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

2. Uji Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (secara simultan). Pembuktiannya dapat dijelaskan

sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Analisis Uji f
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	637.799	3	212.600	421.333	.000 ^b
Residual	48.441	96	.505		
Total	686.240	99			

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2022)

Hasil pengujian secara simultan di peroleh $F_{hitung} 421,333 > F_{tabel} 3,09$. Dengan demikian hasil perhitungan ini dapat diambil suatu keputusan bahwa menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya bahwa variabel keamanan (X_1), kemudahan (X_2) dan kualitas informasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. R^2 menunjukkan seberapa jauh kesesuaian persamaan regresi tersebut dengan data. Adapun hasil Uji R^2 pada penelitian ini dapat di lihat pada Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Koefisiensi Deteminasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.962 ^a	.925	.923	.723

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2022)

Dari Tabel tersebut terlihat nilai R^2 sebesar 0,962 artinya pengaruh keamanan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian yang dapat di jelaskan oleh model ini adalah 96,2% sedangkan sisanya yaitu 3,8% oleh variabel-variabel lain di luar model. Hal ini di karenakan indikator penilai keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie tidak terdiri dari ketiga variabel X (keamanan, kemudahan dan kualitas informasi) tetapi ada variabel lainnya.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 1,341 artinya jika keamanan (X_1), kemudahan (X_2) dan kualitas informasi (X_3) dianggap konstan, maka keputusan pembelian secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat padang tiji kabupaten pidie adalah sebesar 1,341 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie dapat dikatakan sangat baik.
2. Nilai koefisien regresi keamanan sebesar 0,152 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan keamanan (X_1), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 15.2%. Ini berarti terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

3. Nilai koefisien regresi kemudahan sebesar 0,578 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan kemudahan (X_2), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 57,8%. Ini berarti terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
4. Nilai koefisien regresi kualitas informasi sebesar 0,282 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan kualitas informasi (X_3), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 28,2%. Ini berarti terjadi peningkatan keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
5. Berdasarkan hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel yang diteliti, ternyata variabel kemudahan (X_2), mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 57,8% terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
6. Secara parsial dari hasil uji T di peroleh variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
7. Secara parsial dari hasil uji T di peroleh variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
8. Secara parsial dari hasil uji T di peroleh variabel kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.
9. Hasil pengujian secara simultan di peroleh variabel variabel keamanan (X_1), kemudahan (X_2) dan kualitas informasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) secara online pakaian jadi pada aplikasi shopee pada masyarakat Padang Tiji Kabupaten Pidie.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Dewi. 2018. "Universitas Bengkulu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen.
- Arikunto, S. 2018. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Harjoni Desky. 2022. "Pengaruh Persepsi Keamanan , Kualitas Informasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online." 6(April):1812–28.
- Hardiyanti, M. 2018. Kepercayaan Pada Penjual dan Persepsi Akan Risiko Pada Keputusan Pembelian Melalui Internet (Online). Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Malhotra, M.K. 2017. *Operations Management, 10th Edition*. USA: Pearson.
- Mubarak. 2021. Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Munawaroh, Inayatul Hanyda. 2020. Pengaruh Promosi, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Sistem E-Commerce Shopee (Studi Kasus

Mahasiswa Santri Pondok Pesantren Al-Barokah). *Skripsi*. Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Nasikah, Durotun. 2022. “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan
Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace
Tokopedia.”

Nazarudin, Hamzah. 2018. “*Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Situs
D ’ Bc Network Orifline.*” 1:112–34.

Putra, Muhammad Nopran Dwi. 2018. Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi Dan Persepsi
Resiko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Onlineshop Shopee
di Kota Yogyakarta). *Jurnal Fakultas Ekonomi Yogyakarta*. No 1. Vol 1

Sudijono, 2018. Aplikasi *Statistik dengan SPSS Untuk Pemula, Prestasi*. Pustaka, Jakarta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*.
Bandung: Alfabeta

Susanto, Dedek. 2021. “Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi Dan Kepercayaan
Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Kasus Pada Konsumen.” 18:89–97.