

ABSTRAK

YUNI DEARMA SARAGIH, NIM: 7103210065, Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan). Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. Tahun 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 271, dengan jumlah sampel 162 responden. Mahasiswa yang menjadi responden berasal dari Jurusan Manajemen, Jurusan Pendidikan Ekonomi dan Jurusan Akutansi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala *Likert* dan diolah secara statistik dengan menggunakan metode Analisis Regresi Berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ serta diolah dengan program SPSS 17.00 *for windows*.

Hasil penelitian meunjukkan bahwa variabel harga (X_1) dan Kepercayaan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). hal ini terlihat dari nilai F_{hitung} sebesar 70.606 dan F_{tabel} sebesar 3.05, sehingga $F_{hitung} = 70.606 > F_{tabel} = 3.05$ pada signifikasi $\alpha = 5\%$. Dimana besar pengaruh antara variabel harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian adalah 47 % yang ditunjukkan dengan nilai *R square* yaitu 0,470. Sedangkan secara parsial harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6.275 > 1.974$ dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9.725 > 1.974$. Persamaan struktural dari model yang dapat dibuat adalah $Y = 9.568 + 0.325 X_1 + 0.503 X_2 + e$.

Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Kata kunci : Harga (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y)

ABSTRACT

YUNI DEARMA SARAGIH , NIM : 7103210065 , The Effect Of Price and Trust in *Online* Purchase Decisions (Case Study at Faculty of Economics University of Medan). Thesis Department of Management Faculty of Economics, State University of Medan . Year 2014.

This study aims to identify and explain the effect of price and trust in *online* purchase decisions on the students of the Faculty of Economics, State University of Medan , either partially or simultaneously.

This study conducted at Faculty of Economics, State University of Medan. The population in this study is 271 respondents, with a total sample size of 162 respondents. Students who become respondents came from the Department of Management, Department of Economics and the Department of Accounting Education Stambuk 2010 to 2011. Data collection technique used was through a questionnaire which was measured using Likert scale and statistically analyzed using multiple regression analysis with structural equation $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+e$ and processed with SPSS *for windows 17.00*.

The results showed that the price (X_1) and trust (X_2) simultaneously significantly influence the purchase decision (Y). this is evident from the calculated F_{value} of 70.606 and F_{table} 3.05 , so the $F_{\text{value}} = 70.606 > F_{\text{table}} = 3.05$ of the significance of $\alpha = 5\%$. Where the influence of the variable price and trust in the purchase decision is 47 % as indicated by the value of R_{square} is 0.470 . While the partial price has an influence on purchasing decisions with the $t_{\text{value}} > t_{\text{table}}$ is $6.275 > 1.974$ and trust influence the purchasing decision of $t_{\text{value}} > t_{\text{table}}$ is $9.725 > 1.974$. Structural equations of the model that can be made is $Y = 9.568 + 0.325 X_1 + 0.503 X_2 + e$.

It can be concluded that there is a positive and significant relationship between the effect of price and trust in *online* purchase decisions on the students of the Faculty of Economics, State University of Medan.

Keywords : Price (X_1) , Trust (X_2) , Purchase Decision (Y)

