

ABSTRAK

MEGAWAHYUNINGSIH. 14.11109

Judul Penelitian Harga, Kepercayaan Pelanggan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* di Jejaring Sosial Instagram Pada Mahasiswa STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.

Skripsi. Program Studi Administrasi Bisnis 2019

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (a) Apakah harga, kepercayaan pelanggan, dan persepsi resiko memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online di jejaring sosial Instagram Pada Mahasiswa STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya yang berjumlah 343 mahasiswa, sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 77 responden untuk mewakili jumlah populasi dan mendapat data yang akurat dengan menggunakan *random sampling*. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Teknik analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis digunakan uji F pada taraf nyata = 0,05, digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Nilai signifikan F pengujian hipotesis adalah sebesar 0,000 apabila dibandingkan dengan taraf nyata = 0,05 berarti nilai signifikan F lebih kecil dari =0,05. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pelanggan. (2) kepercayaan pelanggan memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pelanggan. (3) persepsi resiko memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pelanggan. (4) harga, kepercayaan pelanggan, dan persepsi resiko secara bersama-sama memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pelanggan. (5) kepercayaan pelanggan memiliki hubungan dominan terhadap keputusan pelanggan.

Kata kunci: Harga, Kepercayaan Pelanggan, Persepsi Resiko, dan Keputusan Pelanggan