

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN RISIKO TERAMATI  
TERHADAP KEPERCAYAAN SERTA DAMPAKNYA  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*  
(Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Semarang)**

Fajar Nur Ayu Marhaini

[Fajarnurayumarhaini2@gmail.com](mailto:Fajarnurayumarhaini2@gmail.com)

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

**ABSTRAK**

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas informasi dan risiko teramati terhadap kepercayaan serta dampaknya pada keputusan pembelian *online*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan sampel pengguna aplikasi Shopee yang bertempat tinggal di Kota Semarang dan pernah melakukan transaksi. Jumlah sampel sebesar 100 dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan. Risiko teramati berpengaruh negatif signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas informasi, risiko teramati, kepercayaan, keputusan pembelian

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN RISIKO TERAMATI  
TERHADAP KEPERCAYAAN SERTA DAMPAKNYA  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE*  
(Studi pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Semarang)**

Fajar Nur Ayu Marhaini

[Fajarnurayumarhaini2@gmail.com](mailto:Fajarnurayumarhaini2@gmail.com)

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

***ABSTRACT***

*This research demands disclosure of information quality and observed risk for assessment and its impact on online purchasing decisions. This study uses multiple regression analysis with a sample of Shopee application users who reside in the city of Semarang and have made transactions. The number of samples is 100 with the sampling technique that is purposive sampling. The results showed that the quality of information had a significant positive effect on trust. Risks of importance are observed. Trust determines a significant positive effect on purchasing decisions.*

*Keywords: information quality, observed risk, trust, purchasing decisions*