

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, HARGA, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
MARKETPLACE SHOPEE**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri
Tahun Angkatan 2024)**

SKRIPSI



Oleh:

FARADHIBA JULIA ARMANINGRUM

NIM. 21401170

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI**

2025

HALAMAN JUDUL

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, HARGA, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
MARKETPLACE SHOPEE

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun
Angkatan 2024)

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh:

Faradhiba Julia Armaningrum
NIM.21401170

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI

2025



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI
PERPUSTAKAAN**

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

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

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faradhiba Julia Armaningrum
NIM : 21401170
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : faradhiba1817@gmail.com
Jenis Karya Ilmiah : ☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi
☐ Lain-lain (.....)
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee: Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun Angkatan 2024

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri 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 dan pengembangan ilmu pengetahuan 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 IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 6 Agustus 2025

Penulis

(Faradhiba Julia Armaningrum)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, HARGA, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
MARKETPLACE SHOPEE

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun
Angkatan 2024)

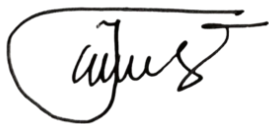
Oleh:

FARADHIBA JULIA ARMANINGRUM

NIM. 21401170

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Mahfudhotin, M.Si.

NIP. 19901003 201903 2 010

Pembimbing II



M. Soleh Mauludin, S.E., M.S.I.

NIP. 19790130 202321 1 010

NOTA DINAS

Kediri, 20 Maret 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Kelurahan Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi dibawah ini:

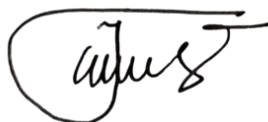
Nama : Faradhiba Julia Armaningrum
NIM : 21401170
Judul : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun Angkatan 2024)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsi, dengan harapan dapat segera diujikan dalam siding Munaqosah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Mahfudhotin, M.Si.

NIP. 19901003 201903 2 010

Pembimbing II



M. Soleh Mauludin, S.E., M.S.I.

NIP. 19790130 202321 1 010

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 20 Maret 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Kelurahan Ngronggo Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi dibawah ini:

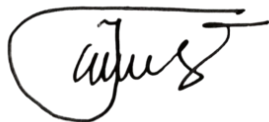
Nama : Faradhiba Julia Armaningrum
NIM : 21401170
Judul : Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Tahun Angkatan 2024)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Mahfudhotin, M.Si.

NIP. 19901003 201903 2 010

Pembimbing II



M. Soleh Mauludin, S.E., M.S.I.

NIP. 19790130 202321 1 010

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, HARGA, DAN KUALITAS
INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* PADA
MARKETPLACE SHOPEE (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Kediri Tahun Angkatan 2024)

Faradhiba Julia Armaningrum
NIM. 21401170

Telah diujikan di depan sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri Kediri
pada tanggal 23 April 2025

Tim Penguji

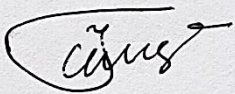
1. Penguji Utama

Yopi Yudha Utama, S.E., M.S.A.
NIP. 19920622 201903 1 008

()

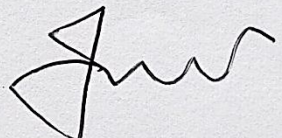
2. Penguji I

Mahfudhotin, M.Si.
NIP. 19901003 201903 2 010

()

3. Penguji II

M. Soleh Mauludin, S.E., M.S.I.
NIP. 19790130 202321 1 010

()

Kediri, 7 Mei 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.HI.
NIP.197501011998031002

MOTTO

اللَّهُمَّ لَا سَهْلَ إِلَّا مَا جَعَلْتَهُ سَهْلًا وَأَنْتَ تَجْعَلُ الْحَزْنَ إِذَا شِئْتَ سَهْلًا

“Ya Allah, tidak ada kemudahan kecuali yang Engkau buat mudah. Dan engkau menjadikan kesedihan (kesulitan), jika Engkau kehendaki pasti akan menjadi mudah.”

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

nama : Faradhiba Julia Armaningrum

NIM : 21401170

program studi : Ekonomi Syariah

menyatakan dengan sesungguhnya bahwasanya skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi sebagian ataupun seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 20 Maret 2025

Yang membuat pernyataan



Faradhiba Julia Armaningrum

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim,

Assalam 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbilaamiin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan kelancaran serta kekuatan mental, fisik, dan fikiran bagi penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *Markatplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2024).” Selanjutnya tidak lupa shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk meraih gelah Sarjana Ekonomi Institut Agama Islam Negeri Kediri. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangsih manfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi tidak ada kesempurnaan, namun penulis meyakini skripsi ini dikerjakan dengan sepuh hati. Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, menguatkan, mengayomi penulis dalam proses menyelesaikan penulis skripsi ini. Berikut penulis persembahkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sulikan dan Ibu Umi Hanik yang telah menjadi sosok orang tua terbaik di hidup penulis. Penulis mengucapkan terima kasih atas jerih payah segala kekuatan yang telah diajarkan. Kedua orang tua yang selalu memotivasi penulis untuk selalu menunjukkan keberanian, berjuang, dengan tanpa kenal putus asa. Terima kasih selalu memberikan pembelaan yang mampu membuat penulis merasa aman dan nyaman. Selama penulis

menyelesain penulisan ini, kedua orang tidak luput untuk selalu mendoakan, mendukung, dan menginspirasi penulis untuk mampu sabar dan menjalani. Penulis sangat berbesar dan berbangga hati dengan kedua orang tua. Apabila penulis diberikan pilihan dalam kehidupan selanjutnya, Penulis akan tetap meminta meminta menjadi anak kedua orang tuaku, Bapak Sulikan dan Ibu Hanik.

2. Kedua adik penulis, yaitu Anindya Rehana Putri dan Muhammad Abyan Hafiz.

Dengan tulus, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan, baik dalam bentuk do'a, tenaga, kasih sayang, perhatian, nasihat, dan apapun yang selalu diberikan kepada penulis. Penulis merasakan kebahagiaan yang mereka berikan tak ternilai dalam hidup saya. Semoga menjadi motivasi bagi mereka untuk terus berusaha mencapai impian. Terima kasih atas kehangatan keluarga yang diberikan kepada penulis.

3. Kakak kandung penulis yaitu Alm. Deni Eka Andrian. Sebagai salah satu

bentuk kesuksesan kedua orang tua kami dalam mendidikan anak laki-lakinya. Terima kasih semasa hidupmu telah menjadi kekuatan setelah Bapak. Terima kasih selama itu telah memberikan contoh, teladan, dan sumber pijak bagi penulis. Teima kasih telah memberikan apapun yang penulis butuhkan. Mengajarkan penulis untuk selalu bangkit dan mampu untuk menyelesaikan masalah sendiri. Selamanya penulis akan tetap merasakan mempunyai seorang kakak, semoaga Mas Deni bangga dengan keberhasilan penulis ini.

4. Seluruh keluarga besar, rekan, saudara, paklik, bulek, bude, pak de, dan mbah

uti saya yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan mengiringi usaha saya dengan do'a. Terima kasih kepada Dek Qumil atas support selama ini

pada usaha untuk menyelesaikan skripsi ini. Terkhusus juga sahabat saya Siti Nur Farida dan Ibunya, yang senantiasa juga memberikan doa dan semangat serta membantu agar terselesaikannya tugas akhir ini. Terimakasih Banyak.

5. Dosen Pembimbing Ibu Mahfudhotin, M.Si. dan Bapak Soleh Mauludin, S.E., M.S.I., yang telah memberika bimbingan, arahan, dan dukungan serta motivasi bagi penulis dalam proses menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk memberikan segudang ilmu, motivasi, serta pengalaman berharga bagi penulis.
7. Seluruh teman-teman penulis. Terima kasih atas dukungan dan do'a yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih terutama kepada TIM HOLO meskipun bukan dari keluarga kandung, namun penulis bersyukur atas do'a dan dukungan dari mereka kapan dan dimanpun. Terima kasij kepada kalian semua yang setia menamani perjuangan penulis untuk mendapatkan gelar sarjana.
8. Akhirnya, penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas kemampuan untuk bertahan, berjuang, dan menjalani proses dengan luar biasa. Tetap teguh menghadapi berbagai tantangan. Terima kasih atas senyum yang selalu hadir, atas perjuangan dan kesulitan yang dihadapi. Penulis mengharagai dan menyayangi sepenuhnya. Wujudkan mimpi untuk kebahagiaanmu.

Kediri, 20 Maret 2025

Penulis



Faradhiba Julia Armaningrum

ABSTRAK

ARMANINGRUM, FARADHIBA JULIA. Dosen Pembimbing Ibu Mahfudhotin, M.Si. dan Bapak Soleh Mauludin, S.E., M.S.I., Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online pada Markatplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Kediri angkatan 2024). Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2025.

Kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana konsumen dapat mengakses dan mamahami sistem dengan mudah baik mengoperasikan atau menggunakan. Harga sebagai salah satu faktor utama dalam keputusan pembelian, bermakna sebagai alat transaksi yang digunakan konsumen untuk memperoleh barang atau layanan yang diinginkan. Kualitas informasi merupakan bentuk kejelasan, kelengkapan, maupun kredibilitas dalam membantu konsumen membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian diartikan sebagai proses perilaku konsumen dalam memilih dan menentukan produk atau layanan yang akan dibeli setelah mempertimbangkan berbagai fakto-faktor yang mempengaruhi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, harga, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian *online* pada pengguna *marketplace* Shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan kriteria responden yang telah ditentukan. Penelitian ini memperoleh 245 responden dan dianalisis melalui kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah IBM SPSS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, harga, dan kualitas informasi tergolong dalam kategori sedang atau cukup. Terdapat korelasi kuat antara kemudahan penggunaan dengan keputusan pembelian sebesar 0,718, harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,769, dan kualitas informasi dengan keputusan pembelian sebesar 0,788. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 8,322 + 0,139X_1 + 0,327X_2 + 0,456X_3$. Berdasarkan uji *t*, kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. 0,063 > 0,05. Sedangkan harga dan kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. 0,000 < 0,05. Berdasarkan uji *F*, nilai sig. 0,000 < 0,05 sehingga disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan, harga, dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai 0,673 yang berarti kemudahan penggunaan, harga, dan kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 67,3%, sedangkan sisanya sebesar 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain selain kemudahan penggunaan, harga, dan kualitas informasi yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Kata Kunci: Kemudahan Penggunaan, Harga, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'aalamiin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada *Markatplace* Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2024)” sebagai persyaratan dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi di IAIN Kediri.

Skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M. Ag, selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri beserta jajaran yang telah memberikan kesempatan berkuliah di program studi S1 Ekonomi Syariah.
3. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.l., M. Hum, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri beserta jajaran yang telah memberikan ilmu dan saran dalam proses mengenyam pendidikan S1.
4. Dosen Pembimbing Ibu Mahfudhotin, M.Si. dan Bapak Muhammad Soleh Mauludin, S.E., M.S.I. yang telah memberika bimbingan, arahan, dan dukungan serta motivasi bagi penulis dalam proses menyelesaikan penulisan skripsi.
5. Seluruh staff pengajar dan administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri yang telah memberikan ilmu, dukungan,

dan bantuannya selama penulis berkuliah dan menyelesaikan skripsi.

6. Jajaran teman-teman sejawat angkatan 2021 yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2024 yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, serta memberikan kontribusi penting dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis secara terbuka menerima kritik dan saran mengenai skripsi ini. Semoga skripsi ini mampu bermanfaat bagi pembaca dan pihak terkait.

Kediri, 20 Maret 2025

Penulis



Faradhiba Julia Armaningrum

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Telaah Pustaka	14
F. Hipotesis Penelitian	18
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Perilaku Konsumen.....	21
B. Keputusan Pembelian	23
C. Kemudahan Penggunaan	28
D. Harga	32
E. Kualitas Informasi	35
F. Hubungan Antar Variabel pada Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Rancangan Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel.....	43
D. Definisi Operasional	45

E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Instrumen Penelitian	49
G. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Deskripsi Responden	65
C. Deskripsi Data	68
BAB V PEMBAHASAN	88
A. Kemudahan Penggunaan pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024	88
B. Harga pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024.....	91
C. Kualitas Informasi pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024	95
D. Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024	99
E. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024.....	104
F. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024	105
G. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024	107
H. Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian <i>Online</i> pada <i>Marketplace</i> Shopee oleh Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Angkatan 2024	109
BAB VI PENUTUP	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	124
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	168

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Top Brand Award Indonesia Tahun 2021-2024.....	2
Tabel 1.2	Data Jumlah Mahasiswa IAIN Kediri Angkatan 2021-2024.....	6
Tabel 1.3	Data Mahasiswa IAIN Kediri Angkatan 2020-2024 Menggunakan <i>Marketplace</i>	7
Tabel 1.4	Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa FEBI IAIN Kediri Agkatan 2024 dalam Melakukan Keputusan Pembelian Online pada <i>Marketplace</i> Shopee.....	9
Tabel 3.1	Indikator Kemudahan Penggunaan (X_1)	46
Tabel 3.2	Indikator Harga (X_2)	46
Tabel 3.3	Indikator Kualitas Informasi (X_3)	47
Tabel 3.4	Indikator Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	67
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Marketplace</i> Shopee	67
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1)	69
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	70
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi (X_3)	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1)	73
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2)	73
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi (X_3)	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	74
Tabel 4.13	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1), Harga (X_2), Kualitas Informasi (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.14	Kategorisasi Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1)	75
Tabel 4.15	Kategorisasi Variabel Harga (X_2)	76
Tabel 4.16	Kategorisasi Variabel Kualitas Informasi (X_3)	76
Tabel 4.17	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77

Tabel 4.18	Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4.20	Pedoman Derajat Hubungan	80
Tabel 4.21	Hasil Uji Korelasi.....	81
Tabel 4.22	Hasil Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4.23	Hasil Uji T.....	85
Tabel 4.24	Hasil Uji F	86
Tabel 4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 4.1	Logo <i>Marketplace</i> Shopee	60
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Pra Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 1.2 Kuesioner Penelitian.....	125
Lampiran 1.3 Data Tabulasi Responden	129
Lampiran 1.4 Tabel r.....	154
Lampiran 1.5 Tabel T.....	155
Lampiran 1.6 Tabel F.....	156
Lampiran 1.7 Hasil Pengolahan Data.....	157