

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, gaya hidup dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara *online* pada santri Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek R2 Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 124 orang yang pernah melakukan pembelian secara *online*, penelitian ini juga menggunakan dokumentasi, observasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (f) dan koefisien determinan (R^2).

Hasil pengujian kepercayaan menunjukkan koefisien regresi X_1 bernilai positif sebesar 0.139 mengindikasikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, walaupun pengaruhnya tidak nyata (tidak signifikan). Kemudahan menunjukkan koefisien regresi X_2 bernilai positif sebesar 0.204 mengindikasikan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup menunjukkan koefisien regresi X_3 bernilai positif sebesar 0.249 mengindikasikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sedangkan kualitas informasi menunjukkan koefisien regresi X_4 bernilai positif sebesar 0.119 mengindikasikan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, walaupun pengaruhnya tidak nyata (tidak signifikan).

Kata kunci: Keputusan pembelian, belanja online, perilaku konsumen