

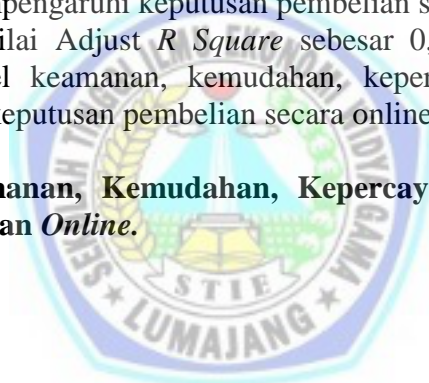
**PENGARUH KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN DAN  
RISIKO KINERJA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA  
ONLINE (Studi Kasus Tokopedia.com di Kabupaten Lumajang)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara *online* baik secara parsial, simultan ataupun dominan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yaitu para pengguna tokopedia.com di kabupaten Lumajang. Metode pengumpulan data dengan kuesioner yang disebarakan secara *online* menggunakan *google forms*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Sedangkan secara simultan variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Sedangkan yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara *online* adalah variabel keamanan. Untuk nilai *Adjust R Square* sebesar 0,886 yang berarti besarnya kemampuan variabel keamanan, kemudahan, kepercayaan dan risiko kinerja dalam menjelaskan keputusan pembelian secara *online* sebesar 88,6%.

**Kata kunci: Keamanan, Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Kinerja, Keputusan Pembelian *Online*.**



**THE EFFECT OF SECURITY, EASY, TRUST AND PERFORMANCE RISK  
TOWARD THE ONLINE PURCHASE DECISION  
(Case Study Tokopedia.com in Lumajang District)**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine how the influence of security, easy, trust and performance risk to online purchasing decisions either partially, simultaneously or dominant. This type of research is survey. The sample in this study were 50 respondents ie the users of tokopedia.com in Lumajang district. Methods of data collection with questionnaires distributed online using google forms. Data analysis using descriptive analysis and multiple regression analysis.*

*The results showed that security, easy, trust and performance risk partially have a significant positive effect on online purchasing decisions. While the simultaneous security, easy, trust and performance risk have a significant positive effect on online purchasing decisions. While the most dominant in influencing purchasing decisions online is the security. For the value of Adjust R Square of 0.886 which means the magnitude of the ability of security, easy, trust and performance risk in explaining online purchasing decisions of 88.6%.*

