

ABSTRAK

Nurul Fajihan. 2026. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Pembelian Online melalui Aplikasi Tokopedia pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Najib Kasim dan Syarifuddin Sulaiman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Online Melalui Aplikasi Tokopedia Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Jenis Penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 103 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS serta melalui uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala Likert. Berdasarkan hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,05. Kepercayaan juga memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $>0,05$. Secara bersamaan, kualitas layanan dan kepercayaan memengaruhi pembelian online dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ pada uji F. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang signifikan, sedangkan kepercayaan memiliki pengaruh positif namun belum signifikan terhadap keputusan pembelian online mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian Online.*

ABSTRACT

Nurul Fajihan. 2026. *The Effect of Service Quality and Trust on Online Purchasing Decisions through the Tokopedia Application among Students of Universitas Muhammadiyah Makassar*. Undergraduate Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar. Supervised by Najib Kasim and Syarifuddin Sulaiman.

This study aims to analyze the effect of service quality and trust on online purchasing decisions through the Tokopedia application among students of Universitas Muhammadiyah Makassar. This research employed a quantitative approach with a sample of 103 respondents obtained through questionnaire distribution using a Likert scale. The data analysis method used was multiple linear regression with the assistance of SPSS, including validity, reliability, and classical assumption tests. The results of the study indicate that partially, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.05. Trust also has a positive but insignificant influence on purchasing decisions with a significance value > 0.05 . Simultaneously, service quality and trust influence online purchases with a significance value of $0.000 < 0.05$ in the F test. Thus, it can be concluded that service quality is a significant factor, while trust has a positive but not yet significant influence on online purchasing decisions of students at the Muhammadiyah University of Makassar.

Keywords: *Service Quality, Trust, Online Purchasing Decisions*