



BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Dizaman yang sudah modern sekarang ini teknologi informasi sudah berkembang dengan pesat, dulu banyak daerah-daerah terpencil yang belum dapat merasakan teknologi tetapi sekarang ini sudah banyak daerah yang dapat merasakan teknologi, bahkan ditempat terpencil pun sekarang ini sudah dapat merasakan dan menikmati perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi tersebut dapat memberikan pengaruh besar terhadap industri telekomunikasi, seiring dengan munculnya internet dapat memberikan kemudahan untuk para pengguna *smartphone*, apalagi sekarang ini sudah banyak tempat-tempat umum, rumah, perkantoran sampai sekolah pun banyak yang menggunakan *wifi* atau *hostpot area*.

Internet adalah jaringan global yang luas dan yang terus berkembang dari jaringan komputer, awal berkembangnya internet pada akhir tahun 1960-an oleh departemen pertahanan AS, pada awalnya internet sebagai alat untuk menghubungkan laboratorium-laboratorium pemerintah, kontraktor, dan juga instalasi militer (Kotler 2008). Sekarang ini internet menghubungkan para pengguna komputer dari segala jenis di santero dunia. Melalui internet, kita banyak mengenal berbagai hal, mulai dari jejaring sosial, aplikasi, berita, video,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

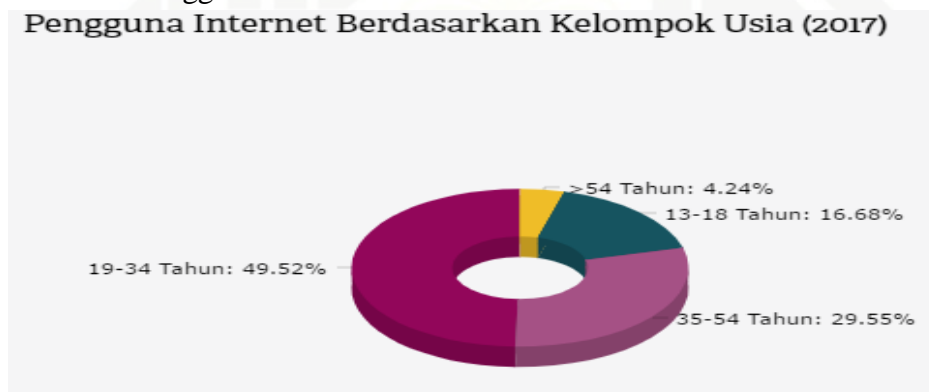
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

foto hingga berbelanja melalui *internet* atau yang sering disebut dengan *online shopping*.

Online shop atau lebih dikenal dengan belanja *online* bukan suatu hal yang asing untuk kalangan anak muda (remaja) pada saat ini, khususnya di kalangan mahasiswa. Semua itu tidak menutup kemungkinan bahwa kalangan mahasiswa pasti sudah tidak asing lagi dengan yang namanya *online shop* atau belanja *online*, wanita maupun pria pasti pernah melakukan pembelian secara *online*.

Gambar 1.1

Data Penggunaan Internet Berdasarkan Usia Tahun 2017
 Pengguna Internet Berdasarkan Kelompok Usia (2017)



Sumber :<http://www.apjii.or.id>

Berdasarkan data statistik pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa pengguna internet terbesar adalah dari usia 19 sampai 34 tahun menurut survey yang di selenggarakan oleh asosiasi peyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa 49,52 % di gunakan oleh umur 19 sampai 34,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

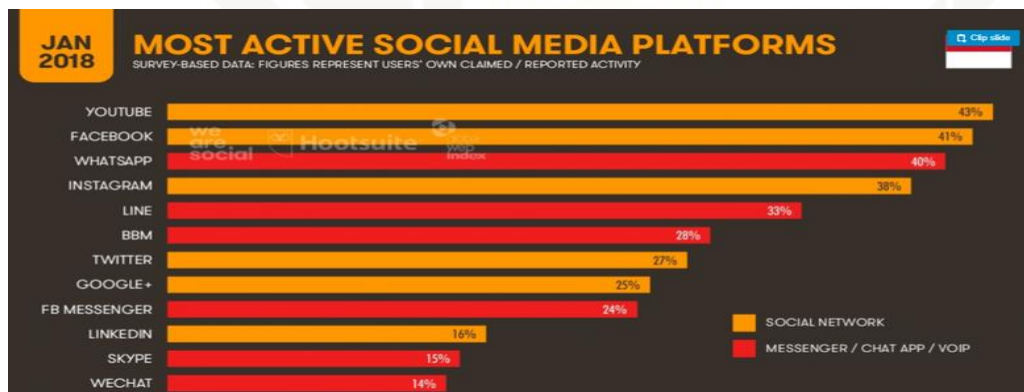
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sedangkan 29,5% digunakan oleh umur 35-54 tahun, dan 16,68% di gunakan oleh umur 13-18 serta 4,24 % di gunakan oleh usia 54 tahun ke atas.

Karena pengguna internet terbesar adalah dari kalangan anak muda (remaja). Di mana mereka lebih banyak menggunakan internet untuk media social. Dan salah satu media social yang sekarang sangat populer dan banyak di gunakan oleh mahasiswa adalah media social instagram. Karena tidak dapat dipungkiri setiap anak muda (remaja) yang menggunakan *smartphone*, pasti memiliki atau sudah mendownload aplikasi *Instagram*. Hal ini berdasarkan pada data di databooks data Indonesia Yang mengatakan bahwa *instagram* merupakan media social ke empat yang saat ini banyak di gunakan.

Gambar 1.2

Data Pengguna Media Social Di Indonesia Pada Januari 2018



Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Dari data di atas dapat di uraikan bahwa *instagram* merupakan media social keempat yang sering di di gunakan oleh masyarakat indonesia. sekitar 38 % orang menggunakan media social *instagram* ini. Hal inilah yang di

manfaatkan oleh pelaku bisnis online untuk menggunakan instagram sebagai media pemasarannya, terutama pelaku bisnis yang target utamanya anak muda (remaja).

Sehingga di *instagram* banyak sekali bermunculan akun-akun yang menjual produk-produk mereka secara *online*. Baik itu produk luar negeri ataupun produk dalam negeri, dari kebutuhan wanita maupun kebutuhan pria semua ada di *Instagram*, apalagi saat ini *Instagram* dapat mengupload video, kini video di *Instagram* berdurasi lebih lama yaitu dalam waktu 1 menit, hal ini dapat menjadikan peluang besar bagi para pelaku bisnis, untuk mengiklankan produk mereka dengan menggunakan video, agar calon pembeli dapat melihat barang yang mereka jual.

Karena banyaknya pelaku bisnis online di *instagram* sehingga menimbulkan banyaknya persaingan. Maka hal utama yang di lakukan oleh pelaku bisnis tersebut adalah bagaimana strategi yang harus dilakukan untuk meningkatkan keputusan konsumennya agar benar-benar membeli produknya. Menurut Deavaj (**Dalam Anandiya,2013**) Keputusan pembelian *Online* dapat di defenisikan sebagai suatu proses di mana konsumen menentukan sebuah keputusan apakah akan melakukan transaksi pembelian secara online atau tidak.

Berdasarkan definisi di atas keputusan pembelian dijadikan sebagai variabel dependen didalam penelitian ini apakah konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di media *instagram* atau tidak. Kemudian sebelum

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memutuskan untuk membeli ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan diantaranya adalah kepercayaan (*trust*), bertransaksi secara online memiliki kepastian dan informasi yang tidak simetris. Oleh sebab itu harus ada rasa saling percaya antara penjual dan pembeli. Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu (**Setiadi, 2010**).

Kemudian kemudahan menurut Davis (**Dalam Danuiswara, 2016**) mendefinisikan *percieved ease of use* sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Dan selanjutnya kualitas informasi (*information quality*), Menurut Park Dan Kim (**Dalam Loo, 2011**) Kualitas informasi di defenisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk dan layanan yang di sediakan oleh sebuah *online shop*. Semakin berkualitas informasi yang diberikan kepada pembeli *online*, maka akan semakin tinggi minat pembeli *online* untuk membeli produk tersebut.

Universitas islam negeri sultan syarif kasim riau salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di pekanbaru, dengan banyaknya mahasiwa yang berasal dari berbagai daerah ,dan dari berbagai fakultas dan jurusan, tidak dipungkiri pasti mahasiswa mengenal dan bahkan mungkin pernah menggunakan media sosial *instagram* sebagai salah satu pilihan untuk pembelian online . Karena selain praktis dan mudah harga yang ditawarkan relatif lebih murah untuk kalangan mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan pada pra survey yang di lakukan pada mahasiswa uin suska riau di mana pengambilan data pada pra survey ini yaitu dengan menyakan secara langsung kepada mahasiswa apakah pernah melakukan pembelian secara *online* di media sosial *instagram*. Dan berdasarkan pra survey tersebut di ketahui jumlah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian secara *online* di media sosial *instagram* berjumlah 377 mahasiswa. Dan hasil pra survey tersebut di asumsikan mampu mewakili jumlah keseluruhan mahasiswa uin suska riau yang pernah melakukan pembelian secara *online* di media sosial *instagram* dan menjadi populasi dalam penelitian ini.

Tabel 1.1

Hasil Pra Survey Tentang Jumlah Mahasiswa Yang Melakukan Pembelian *Online* Di *Instagram* tahun 2016

FAKULTAS	JENIS KELAMIN		JUMLAH
	LAKI	PEREMPUAN	
Dakwah Dan Komunikasi	21	32	53
Ekonomi Dan Ilmu Sosial	33	55	88
Pertanian Dan Pertenakan	14	22	36
Psikologi	7	11	18
Sains Dan Teknologi	17	22	39
Syariah Dan Ilmu Hukum	19	26	45
Tarbiyah Dan Keguruan	29	56	65
Ushulluddin	4	9	13
TOTAL	144	233	377

Sumber: Data Primer 2018

Berdasarkan pada latar belakang yang telah di kemukakan di atas , penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Media Social Instagram (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau)**”

I.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah kepercayaan secara parsial berpengaruh secara terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi *instagram*.
- b. Apakah kemudahan secara parsial berpengaruh secara terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi *instagram*.
- c. Apakah kualitas informasi secara parsial berpengaruh secara terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi *instagram*.
- d. Apakah kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi *instagram*.

I.3 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi di *instagram*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi di *instagram*.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah kualitas informasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi di *instagram*.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui aplikasi di *instagram*.

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dalam penelitian yang dilakukan yaitu antara lain:

1. Bagi Peneliti
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi, terhadap keputusan pembelian.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.
2. Bagi Perusahaan *E-Commerce*

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi, terhadap keputusan

pembelian pada pengguna media sosial *instagram*, sehingga dapat menjadi masukan bagi perusahaan *e-commerce* untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian online.

3. Bagi pihak universitas/pengembangan ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi para peneliti berikutnya.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan yang di gunakan pada penulisan proposal ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah,tujuan dan manfaat penelitian,serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan variabel variabel yang di teliti.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan tentang lokasi penelitian,jenis dan sumber data, metode pengambilan pengumpulan data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini akan menjelaskan tentang gambaran umum dari *instagram*.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan, pengujian hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, serta pembahasan yang komprehensif mengenai hasil penelitian yang telah diperoleh.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan analisis serta saran.