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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini, teknologi sangat erat kaitannya dengan Internet. Perkembangan teknolgi dari tahun ke tahun tampak turut serta mendorong perkembangan Internet, salah satunya di Indonesia. Para pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan kemudahan akses Internet yang dapat dilakukan kapanpun, dimanapun, dan oleh siapapun. Bahkan teknologi ini dapat dinikmati oleh hampir seluruh elemen masyarakat tanpa adanya batasan dan juga kesulitan.

Perkembangan Teknologi informasi dan internet memiliki dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Teknologi dan internet mampu mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia yang tadinya tertinggal menjadi modern. Beberapa dampak positif dari teknologi dan internet yang berkembang di indonesia diantaranya memudahkan pencarian informasi, memudahkan dalam berkomunikasi, memudahkan pekerjaan, dan lainnya.

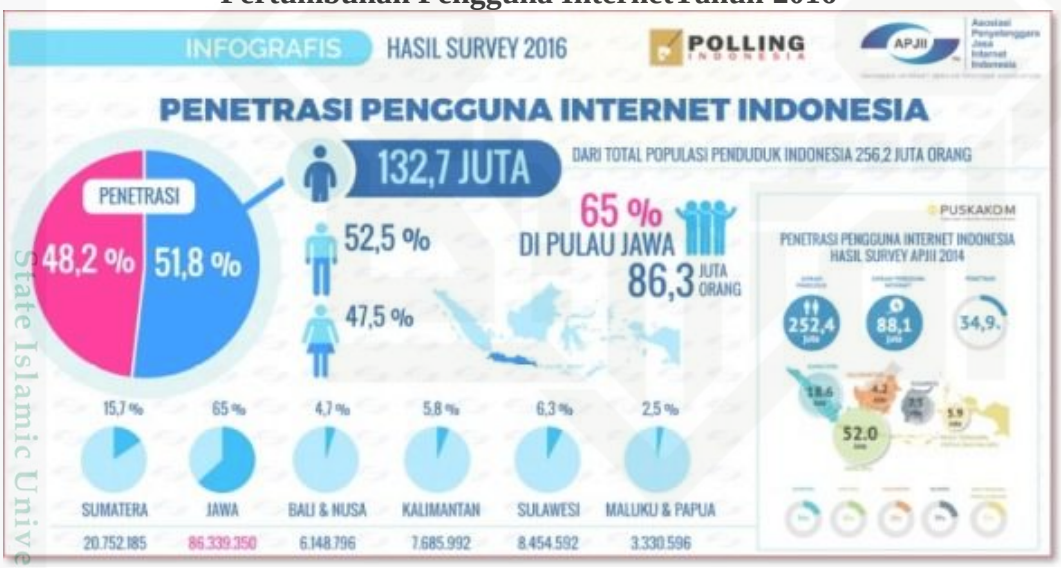
Kemajuan teknologi informasi juga membawa banyak manfaat bagi masyarakat Indonesia. Selain memudahkan dalam berkomunikasi, kemajuan teknologi juga membawa manfaat yang begitu besar bagi dunia bisnis. Bahkan sudah banyak perusahaan-perusahaan yang berskala nasional maupun swasta yang menerapkan teknologi informasi tersebut. Penerapan teknolgi informasi pada

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.

perusahaan-perusahaan tersebut dapat kita lihat pada penggunaan *e-commerce* sebagai media perdagangan yang menggunakan media internet .

Internet merupakan media elektronik muthakhir yang menunjang *e-commerce* (*electronic commerce*) dan mengalami pertumbuhan pesat.*E-commerce* adalah fasilitas yang berhubungan langsung dengan perdagangan barang, jasa dan aktivitas bisnis lain yang berkaitan, melalui media elektronik. Sebagai negara berkembang jumlah pengguna Internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari data proyeksi jumlah pengguna Internet menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Intenet Indonesia (APJII) sebagai berikut :

Gambar 1.1
Pertumbuhan Pengguna InternetTahun 2016



Sumber: **www.apjii.or.id** di akses pada tanggal 05/08/2017

Tercata untuk penetrasian pengguna internet ditahun 2016 saja, sebesar 13,7 juta orang, 52,5% terdiri dari pengguna laki-laki dan 47,5% terdiri dari pengguna perempuan. Dan pengguna internet terbesar adalah di daerah pulau jawa dan menikuti pulau sumatra di posisi kedua.

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.

Dengan adanya peluang tersebut secara langsung dan tak langsung telah mendorong laju pertumbuhan *e-commerce* di indoneisa. Dengan adanya *e-commerce* kita dapat melakukan transaksi baik menjual, membeli, atau memasarkan produk secara *online* atau *direct selling* menggunakan internet. Keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan transaksi melalui *e-commerce* bagi suatu perusahaan adalah meningkatkan pendapatan dengan menggunakan *online channel* yang biayanya lebih murah, mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti biaya pos surat, pencetakan, report, dan sebagainya, mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer elektronik/pembayaran yang tepat waktu dan dapat langsung dicek, mempercepat pelayanan ke pelanggan, dan pelayanan lebih responsive (**unindrax1eione.wordpress.com** diakses pada 10/05/2017)

Di Indonesia sendiri ada banyak situs *e-commerce* yang menawarkan produk baik barang maupun jasa, salah satunya adalah Lazada.co.id. Lazada.co.id merupakan salah satu pusat belanja online yang hadir dengan konsep produk yang lengkap dan kemudahan belanja online pesan antar. Lazada.co.id resmi diluncurkan pada tanggal 15 Maret 2015 dan merupakan salah satu cabang dari jaringan retail online Lazada di Asia Tenggara yang merupakan cabang anak perusahaan jaringan perusahaan internet Jerman yaitu Rocket Internet. Rocket Internet merupakan perusahaan inkubator daring yang sukses menciptakan perusahaan-perusahaan online inovatif di berbagai belahan dunia. Berkantor pusat di Berlin, Jerman, proyek yang dimiliki *Rocket Internet*, antara lain Zalando, TopTarif, *eDarling*, dan Groupon (sebelumnya *CityDeal*). Grup

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.

LazadaInternational di Asia Tenggara sendiri terdiri dari Lazada Indonesia, Lazada Malaysia, Lazada Vietnam, Lazada Thailand, dan Lazada Filipina (**blog.lazada.co.id** diakses pada 10/05/2017).

Berbeda dengan situs online store lainnya, Lazada.co.id berfokus pada tipe *e-commerce* B2C (*Business to Customer*). Lazada.co.id memiliki 13 kategori produk dan kurang lebih 25000 produk yang dijual di etalasenya. Untuk sistem pembayarannya, Lazada.co.id memiliki beberapa macam metode pembayaran diantaranya : Bank Transfer (BCA, Mandiri, CIMB Niaga, BNI, dan bank lainnya), Kartu kredit, COD (*Cash On Delivery*), Cicilan (Cicilan *offline* yang bekerjasama dengan bank : Bank Danamon, BCA, BII, *Standard Chartered Bank*, CIMB Niaga, ANZ, HSBC, BRI, OCBC NSIP, Bank Panin, Pertama bank, dan Cicilan *online* yang bekerjasama dengan bank : BNI dan Mandiri), *helloPay* (layanan pembayaran *online* yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran *online* yang aman, cepat dan effisien), dan *Virtual Acount* (VA). Sedangkan untuk pengirimannya, Lazada.co.id telah bekerjasama dengan beberapa perusahaan seperti : LEX (Lazada *Express*), *FirstLogistics*, TIKI, RPX, JNE, NEX *Logistics* dan Pandu *Logistics*. Untuk biaya pengiriman barang, Lazada membagi skema pengiriman ke dalam tiga bagian utama, yaitu Jabodetabek, Jawa Timur, dan seluruh wilayah diluar cakupan ketiga wilayah tersebut. Jika pelanggan yang berada di dalam cakupan ketiga wilayah tersebut membeli barang pada seller yang sama dengan tempat tinggalnya maka tidak akan dipungut biaya dengan syarat berat barang kurang dari 7 kg (**Lazada.co.id** diakses pada 10/05/2017)

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Perusahaan Lazada merupakan top *online retailer* di Indonesia. setelah 4 tahun exsistensi nya lazada.co.id mampu mencetak petumbuhan sebesar 150% . perusahaan *e-commerce* yang kini bernilai 1,5 milliar dollar ini, telah menjadi acuan ataupun barometer bagi pengembang bisni *e-commerce* di indonesia. lazada telah berperan penting dalam meningkatkan penetrasi pasar konsumen online indonesia. Karyawan yang bekerja di perusahaan ini merupakan individu yang mempunyai jiwa kewirausahaan, karena mereka berasal dari sekolah bisnis terbaik dan perusahaan di seluruh dunia (**www.swa.co.id** diakses pada 06/08/2017).

Berdasarkan survei CHIP pada Februari hingga April 2016 tentang toko online shop yang paling sering di kunjungi di indonesia.

Tabel 1.1
Peringkat Perusahaan E-Commerce di Indonesia

NO.	ONLINE SHOP	%
1	LAZADA.CO.ID	27
2	TOKOPEDIA.CO.ID	22
3	BUKALAPAK.COM	17
4	OTHERS	44

Source : **http : www.chip.co.id** diakses pada 06/08/2017

Diketahui bahwa lazada.co.id menempati posisi pertama sebagai online shop yang paling sering dikunjungi. Lazada memang paling aktif dan kerap bikin flash sale. Sejumlah vendor mengaku lebih pas berkolaborasi dengan lazada. Dua online shop yang memilki banyak merchan seperti tokopedia dan bukalapak saling bersaing di posisi dua dan tiga. Dari hasil survei tersebut, yang diikuti oleh 2700 responden kebanyakan pelanggan lazada merupakan karyawan ataupun pegawai laki-laki dengan kisaran umur 20-35 sebesar 60% dan sisa nya merupakan kaum

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

perempuan. 82% responden mengaku melakukan transaksi online melalui smartphone atau pun hanya sekedar browsing. Dan 54% responden merasa harga yang ditawarkan lazada.co.id dan online shop lain cukup bersaing. Konsumen mengaku mendapatkan kemudahan informasi baik berupa rekomendasi maupun komentar pengguna lain 26%.

Tetapi berdasarkan survei yang dilakukan oleh Alexa per tiga bulan sepanjang 2016, menunjukkan adanya penurunan peringkat Lazada.co.id yang muncul dari banyak nya ulasan buruk setelah bertransaksi dilazada.

Gambar 1.2
Peringkat Lazada menurut Alexa.com 2016

Sumber **: Alexa.com**diakses pada tanggal 06/08/2017

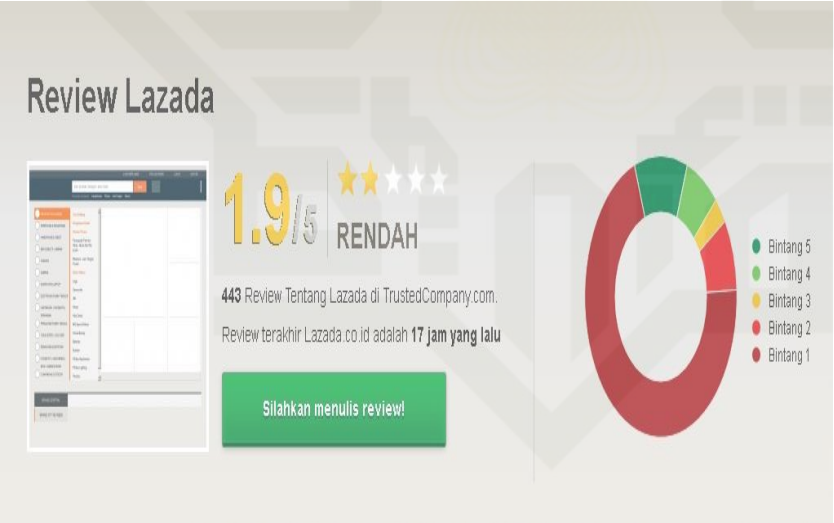
Lazada.co.id memiliki tagline "*Effortless Shopping*" (belanja mudah tanpa kendala) dimana Lazada Indonesia (lazada.co.id) menawarkan solusi untuk masyarakat Indonesia agar dapat menikmati berbagai kemudahan dalam berbelanja online dengan menyediakan website yang mudah digunakan dan sistem

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pembayaran online yang lengkap. Tujuan dari perusahaan Lazada.co.id sendiri adalah agar menjadi salah satu tempat belanja online yang paling top dan utama di Indonesia serta memberikan pelayanan kepada konsumen secara maksimal, memberikan inspirasi dalam belanja dan memberikan pengalaman kepada konsumen dalam memilih-milih produk *online*(**lazada.co.id** diakses pada 12/05/2017).

Namun, di tahun 2016 ini Lazada telah menerima banyak kompalin dari pelanggannya. Bahkan menurut situs http://trustedcompany.com/ nilai review dari Lazada.co.id hanya sebesar 1,9 dari skala 1-5.

Gambar 1.3
Review Kepuasan Pelanggan Lazada.co.id



Sumber : **http://trustedcompany.com/** di unduh pada tanggal 23 Maret 2016

Berdasarkan data diatas dapat kita lihat banyaknya pelanggan yang merasa tidak puas setelah berbelanja di Lazada.co.id.kebanyakan dari mereka merasakan ketidak puasan tersebut setelah membeli untuk kesekian kalinya.

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.

Banyaknya komplain atau keluhan yang berasal dari pelanggan membuat pelanggan merasa kecewa untuk kembali berbelanja di Lazada.co.id.

Salah satu nya adalah masalah proses refund yang berbelit belit, beberapa konsumen lazada mengaku mengalami cacat produk saat pengiriman akan tetapi untuk melakukan proses pengembalian barang atau pun dana memakan waktu yang sangat lama. Kemudian tidak ada nya verifikasi dari lazada tentang ke aslian produk yang ditawarkan lazada, sehingga ketika konsumen membeli produk, bnyak barang yang tidak sesuai deskripsi penjual lazada. Dan masalah masalah lain seperti pembatalan sepihak dan lambat responsive dari cs lazada membuat Sebagian besar konsumen menyarankan kepada orang lain termasuk pembeli baru agar tidak berbelanja di Lazada.co.id dan mereka lebih memilih untuk beralih ke situs Online store yang lain (**www.trustedcompany.com** diakses pada 06/08/2017).

Banyaknya jumlah pelanggan yang beralih dari Lazada.co.id tentunya membawa dampak pada menurunnya minat beli ulang pelanggan akibat kekecewaan yang dirasakan oleh pelanggan. Hal ini dapat mempengaruhi penjualan Lazada.co.id itu sendiri. Berdasarkan alasan tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan judul:**Pengaruh Kemudahan,Kepercayaandan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Belanja Online Lazada.co.id(Studi Kasus Pada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).**

Dengan mengambil pegawai kantor dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau sebagai objek penelitian, Dikarenakan sebagai dinas yang menjadi sorotan atas

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

kesuksesan nya yang telah merealisasikan pembangunan sebuah kantor megah dan modern yang di predikasi kan akan memiliki substansi positif dalam pembangunan perekonomian riau dan dalam visi riau 2020. Maka dapat dikatakan bahwa pegawai Dinas Pekerjaan umum Provinsi Riau merupakan suatu bentuk organisasi pemerintah yang dicitrakan akan menjadi yang terdepan dan modern. Pegawai kantor telah memiliki penghasilan tetap sehingga mereka memiliki kendali penuh akan keputusan pembelian nya dan juga memiliki daya beli yang tinggi, sehingga perilaku pembelian nya dapat untuk diteliti.

Setelah dilakukan observasi untuk mengambil sampel dengan metode *accedental sampling,* guna sebagai gambaran masalah yang diteliti pada objek penelitan, ditemukan 92 pegawai pernah melakukan transaksi online di situs belanja online lazada.co.id.

Tabel 1.2

Data awal pegawai Dinas Pekerjaan umum yang pernah berbelanja online di situs Lazada.co.id

No.	Keterangan	Jumlah	%
1	**Jenis Kelamin**		
	a. Laki – Laki	50	54%
	b. Perempuan	42	46%
2	**Daerah Asal**		
	a. Kota Pekanbaru	53	58%
	b. Luar Kota Pekanbaru	39	42%

Sumber : Data olahan penelitian 2017

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

Kemudian dengan adanya penelitian ini semoga dapat berguna sebagai bahan pengembangan teori atau keilmuan yang diuji, dan dapat dijadikan barometer dalam pengembangan penelitian mengenai *key factor of purchase* pada *e-commerce* dan *customer satisfaction*pada *e-commerce*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).
3. Apakah Kualitas Informasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).
4. Apakah Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi 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.
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Kemudahan berpengaruh secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).
2. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).
3. Untuk mengetahui apakah Kualitas Informasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).
4. Untuk mengetahui apakah Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada situs belanja online Lazada.co.id (studi kasus pada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Riau).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori yang didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

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 milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

2. Bagi Perusahaan

Sebagai evaluasi bagi perusahaan dalam mengambil keputusan dibidang pemasaran. Seain itu dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian belanja.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai bagian-bagian yang di bahas dalam penelitian ini, maka penulis menguraikan secara singkat isi masing-masing bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli yang merupakan dasar dalam melakukan penelitian atas permasalahan yang dibahas yaitu : pengertian pemasaran, pengertian kemudahan, pengertian kepercayaan,pengertian kualitas informasi serta pengertian keputusan pembelian ulang dan penelitian terdahulu.

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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode , yaitu : lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini berisikan gambaran umum perusahaan, sejarah singkat perusahaan, maksud dan tujuan pendirian, dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian belanja online.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.