



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

**Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi
Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jasa Titip di
Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan di
Masa Pandemi Covid-19**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Denny Suteja
2015320142

Bandung
2021



Universitas Katolik Parahyangan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

***Analysis Of The Influence Of Trust and Information
Quality On Purchasing Decisions Through Entrusted
Services Among Students Of Parahyangan Catholic
University During The Covid-19 Pandemic***

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Denny Suteja
2015320142

Pembimbing

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Persetujuan Skripsi

Nama : Denny Suteja
Nomor Pokok : 2015320142
Judul : Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jasa Titip di Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan di Masa Pandemi Covid-19

Menyetujui untuk diajukan pada
Ujian Sidang jenjang Sarjana
Bandung, 14 Januari 2021

Pembimbing,

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB.

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

14 Januari 2021

14 Januari 2021

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Denny Suteja
Nomor Pokok : 2015320142
Judul : Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jasa Titip di Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan di Masa Pandemi Covid-19

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 27 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji Ketua sidang merangkap anggota

Dr. James Rianto Situmorang, MM.

Sekretaris
Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST.,
M.AB.

Anggota
Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Denny Suteja

NPM : 2015320142

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jasa Titip di Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan di Masa Pandemi Covid-19

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Januari 2021



Denny Suteja

ABSTRAK

Nama : Denny Suteja
NPM : 2015320142
Judul : Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jasa Titip di Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan di Masa Pandemi Covid-19

Jasa titip pada awalnya merupakan suatu layanan informasi yang berkembang menjadi suatu layanan formal, dimana mulai bermunculan *website* serta *online store* yang secara khusus menyediakan jasa titip seperti Bistip, Arifrov, Jaztip, HelloBly, Gibby, Neetip, dan Prelo. Jasa titip ini mengalami hambatan di masa pandemi dimana terdapat sejumlah batasan dalam berpergian ke luar negeri yang menyebabkan keterlambatan dalam jasa titip. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana memelihara kepercayaan para konsumen (baik yang sudah memesan maupun yang belum) selama masa pandemi dan menilai kualitas informasi yang beredar sehubungan dengan jasa titip. Pandemi memaksa banyak perusahaan jasa titip untuk melakukan cancel ataupun delay terhadap produk-produk luar negeri yang sudah dipesan oleh konsumennya karena travel ban maupun lockdown yang diterapkan di negara tersebut, tindakan ini tentu memiliki konsekuensi negatif bagi perusahaan karena dengan melakukan cancel atau delay perusahaan dapat mengalami kerugian secara ekonomis, maupun menurunnya tingkat kepercayaan konsumen dan beredarnya informasi yang buruk atau negatif sehubungan dengan pelayanan perusahaan karena adanya cancel dan delay, sehingga melalui penelitian ini, peneliti ingin menguji apakah terdapat pengaruh dari kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah gabungan dari deskriptif dan asosiatif, dengan pendekatan kuantitatif dalam menguji hipotesis. Populasi yang digunakan didalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Parahyangan yang pernah menggunakan jasa titip dan jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 125 responden.

Variabel independen yang digunakan didalam penelitian adalah kepercayaan dan kualitas informasi, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan dan positif dari kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Jasa titip, kepercayaan, kualitas informasi, keputusan pembelian.*

ABSTRACT

Name : Denny Suteja

NPM :2015320142

Title : *Analysis of the influence of trust and information quality on purchasing decisions through entrusted services among students of Parahyangan Catholic University during the Covid-19 pandemic*

The entrusted service was originally an information service that developed into a formal service, where began to appear websites and online stores that specifically provide entrusted services such as Bistip, Arifrov, Jaztip, HelloBly, Gibby, Neetip, and Prelo. This entrusted service experienced obstacles during a pandemic where there were a number of restrictions on traveling abroad which caused delays in entrusting services. The problem faced is how to maintain the trust of consumers (both those who have ordered and those who have not) during the pandemic period and assess the quality of information circulating in connection with entrusted services. The pandemic forces many entrusted service companies to cancel or delay foreign products that have been ordered by consumers because of travel tires and lockdowns that are implemented in that country,

This type of research is a combination of descriptive and associative, with a kuan approachtitative in testing the hypothesis. The population used in this study were all students of Parahyangan University who had used entrusted services and the number of samples taken was 125 respondents.

The independent variables used in the study were trustworthiness and information quality, while the dependent variable used was the purchase decision. The data analysis technique used is multiple linear regression. The result of this research is that there is a significant and positive influence of trustworthiness and information quality on purchasing decisions.

Keyword: *Entrusted service, trustworthiness, information quality, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih karunia Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Jasa Titip di Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Parahyangan di Masa Pandemi Covid-19”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang Pendidikan S1 program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas segala berkat dan karunia-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Bapak Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sangat sabar membantu penulis selama proses pembuatan tugas akhir ini. Serta memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis selama membuat tugas akhir sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
3. Bapak Tjoe Supardi dan Ibu Yulan selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada penulis.
4. Devina Suteja selaku cici penulis yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada penulis

5. Seluruh dosen fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada Penulis.
6. Sahabat sejak kuliah Silvy Wiraharja, Reggie Natanael, Christoper Edward, Brian Harjanto yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis.
7. Sahabat sejak lama Erick Setiadi, Enrico Junius, Leonardo Permana, Theovandras, Jane Hamprey, Rendy Noviandy, Arief Agustinus, Bimo Haryo yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis.
8. Serta semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan saran serta nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga Tuhan Yesus selalu melimpahkan kasih dan berkat-Nya kepada semua pihak atas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan memberi nilai tambah serta wacana baru bagi semua pihak yang membacanya. Tuhan Yesus memberkati.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL HARDCOVER.....	I
HALAMAN JUDUL SOFTCOVER	II
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	
2.1. Tinjauan Literatur	9
2.1.1. Kepercayaan	9
2.1.2. Kualitas Informasi	11
2.1.3. Keputusan Pembelian	14
2.2. Penelitian Terdahulu	17
2.3. Kerangka Pemikiran	18
2.3.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3.2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.4. Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	22
3.2. Metode Penelitian	23
3.3. Operasionalisasi Variabel	25
3.4. Model Penelitian	27
3.5. Populasi dan Sampel	28
3.5.1. Populasi	28
3.5.2. Sampel	28
3.6. Teknik Pengumpulan Data	29
3.7. Teknik Analisa Data	30
3.7.1. Analisis Validitas dan Reliabilitas	30
3.7.2. Analisis Asumsi Klasik	31
3.7.3. Analisis Model Regresi Linear Berganda	33
3.7.4. Analisis Hipotesis	33
BAB IV OBJEK PENELITIAN	

4.1. Objek Penelitian	36
4.2. Subjek Penelitian	40
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Pengujian Validitas	41
5.2. Pengujian Reliabilitas	44
5.3. Pengujian Asumsi Klasik	45
5.3.1. Pengujian Normalitas	45
5.3.2. Pengujian Heteroskedastisitas	46
5.3.3. Pengujian Multikolinearitas	49
5.3.4. Pengujian Linearitas	49
5.4. Analisis Statistik Deskriptif	50
5.4.1. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	53
5.4.2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Informasi	57
5.4.3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	61
5.5. Analisis Regresi Linear Berganda	64
5.6. Uji Hipotesis Penelitian	65
5.6.1. Uji T	65
5.6.2. Uji F	67
5.7. Analisis Perkembangan Jasa Titip Selama Pandemi	67
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	70
6.2. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 3.1	Model Penelitian	28
Gambar 4.1	Jasa Titip Middleman	37
Gambar 4.2	Jasa Titip Social-Commerce	38
Gambar 4.3	Jasa Titip Platform	38
Gambar 5.1	Scatter Plot.....	48
Gambar 5.2	Skor untuk Setiap Pernyataan Variabel Kepercayaan	56
Gambar 5.3	Skor untuk Setiap Pernyataan Variabel Informasi.....	59
Gambar 5.4	Skor untuk Setiap Pernyataan Variabel Kepercayaan	63

DAFTAR TABEL

		Halaman
Table 1.1	kuisisioner awal	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	41
Tabel 5.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi.....	42
Tabel 5.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 5.4	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	45
Tabel 5.5	Pengujian Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	46
Tabel 5.6	Pengujian Heteroskedastisitas dengan Metode Glesjer ..	47
Tabel 5.7	Pengujian Multikolinearitas dengan VIF dan Tolerance	49
Tabel 5.8	Pengujian Linearitas untuk Variabel Kualitas Informasi dengan Keputusan Pembelian	50
Tabel 5.9	Pengujian Linearitas untuk Variabel Kualitas Informasi dengan Keputusan Pembelian	50
Tabel 5.10	Jawaban Responden untuk Pernyataan dalam Variabel Kepercayaan	53
Tabel 5.11	Total Skor untuk Pernyataan dalam Variabel Kepercayaan	55
Tabel 5.12	Jawaban Responden untuk Pernyataan dalam Variabel Kualitas Informasi	57
Tabel 5.13	Total Skor untuk Pernyataan dalam Variabel Kualitas Informasi	59
Tabel 5.14	Jawaban Responden untuk Pernyataan dalam Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 5.15	Total Skor untuk Pernyataan dalam Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 5.16	Uji t untuk Model Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 5.17	Uji t untuk Hipotesis Penelitian	66
Tabel 5.18	Uji F untuk Hipotesis Penelitian.....	67

BAB I.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi terutama dalam bidang transportasi, komunikasi dan keuangan menyebabkan seseorang semakin mudah dan murah untuk melakukan kunjungan ke luar negeri menyebabkan perubahan dalam konsumsi produk-produk yang berasal dari luar negeri. Produk-produk luar negeri seringkali hanya dapat didapatkan melalui serangkaian sistem pembelian yang rumit dan menuntut beberapa syarat spesifik untuk mendapatkannya, seperti penggunaan jasa keuangan internasional (Visa, MasterCard, atau UnionPay), dan pengiriman internasional (DHL, UPS, FedEx, atau AGS). Penggunaan jasa-jasa internasional tersebut menyebabkan harga produk menjadi lebih mahal, proses yang rumit, serta memakan waktu yang cukup lama.

Semakin murah dan mudahnya biaya untuk berpergian ke luar negeri menciptakan suatu fenomena belanja produk luar negeri yang baru, dimana konsumen tidak perlu menggunakan jasa-jasa internasional yang formal. Fenomena tersebut adalah jasa titip atau jastip, jasa titip merupakan suatu layanan informal yang disediakan oleh orang-orang yang memiliki kepentingan untuk berpergian ke luar negeri, sembari meluangkan sedikit waktu dan tenaganya untuk mengakomodasi permintaan rekan maupun orang-orang terdekatnya untuk melakukan pembelian produk-produk yang diinginkan. Jasa titip pada awalnya bukanlah suatu peluang bisnis ataupun pekerjaan, melainkan hanya suatu itikad baik dari seseorang yang ingin pergi ke luar negeri dan mengakomodasi

permintaan-permintaan atau titipan-titipan dari orang terdekatnya untuk secara khusus membeli produk-produk tertentu yang hanya ada di luar negeri.

Lambat laun para pelaku usaha mulai menangkap peluang dalam usaha jasa titip, yang didukung oleh perkembangan media sosial seperti Instagram, Facebook, maupun media sosial lainnya. Jasa titip yang awalnya merupakan layanan informal berkembang menjadi suatu layanan yang formal, dimana mulai bermunculan *website* serta *online store* yang secara khusus menyediakan jasa titip seperti Bistip, Arifrov, Jaztip, HelloBly, Gibby, Neetip, dan Prelo.

Keunggulan jasa titip terletak kepada kemudahan yang ditawarkannya dalam memesan produk-produk impor, dalam sebagian besar jasa titip, konsumen tinggal menautkan link produk yang diinginkan kedalam *website* serta memilih negara tujuannya, secara otomatis harga dan estimasi waktu yang dibutuhkan untuk produk datang ke Indonesia akan keluar, konsumen tinggal mengkonfirmasi pembelian, membayar tagihannya, dan tinggal menunggu. Penggunaan jasa titip hampir tidak ada bedanya dengan pembelian dengan menggunakan *online shop* seperti pada umumnya.

Jasa titip sangat bergantung kepada kondisi suatu negara, ketika suatu negara berada dalam kondisi yang baik-baik saja maka kunjungan ke negara tersebut terbuka dengan lebar, namun apabila suatu negara menghadapi suatu masalah politik, keamanan, dan hukum yang berisiko tinggi maka besar kemungkinan kunjungan ke negara tersebut akan dihentikan (*Travel ban*).

Pandemi virus Corona atau CoVid-19 memaksa sebagian besar negara untuk menerapkan *Lockdown* yang membuat kunjungan ke negara tersebut menjadi sulit, ditambah dengan kondisi perekonomian yang ikut menurun menyebabkan

konsumsi orang terhadap barang-barang impor menurun juga, akibatnya konsumen jasa titip turun drastis dan memaksa para pelaku usaha jasa titip untuk memangkas biaya demi bertahan hidup.

Meskipun kondisi saat ini memaksa para pelaku usaha jasa titip untuk melakukan berbagai kebijakan agar dapat bertahan hidup, namun besar kemungkinan usaha jasa titip masih dapat bertahan selepas pandemi teratasi. Bagaimanapun juga konsumsi masyarakat terhadap produk-produk impor masih sangat tinggi dan jasa titip merupakan salah satu alternatif yang secara ekonomis murah dan secara praktis mudah untuk digunakan. Beberapa perusahaan telah melakukan berbagai macam upaya untuk memastikan bisnisnya tetap dapat bertahan di masa pandemi ini, dimana salah satu upaya-nya adalah memberikan jaminan bahwa seluruh produknya telah melalui serangkaian *screening* untuk memastikan bahwa produk dan pembeli tidak terjangkit CoVid-19 dengan cara mensterilkan alat-alat untuk membungkusnya, menyemprotkan desinfektan dan juga mensterilkannya dengan lampu UV.

Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana memelihara kepercayaan para konsumen (baik yang sudah memesan maupun yang belum) selama masa pandemi dan menilai kualitas informasi yang beredar sehubungan dengan jasa titip. Pandemi memaksa banyak perusahaan jasa titip untuk melakukan *cancel* ataupun *delay* terhadap produk-produk luar negeri yang sudah dipesan oleh konsumennya karena *travel ban* maupun *lockdown* yang diterapkan di negara tersebut, tindakan ini tentu memiliki konsekuensi negatif bagi perusahaan karena dengan melakukan *cancel* atau *delay* perusahaan dapat mengalami kerugian secara ekonomis, maupun menurunnya tingkat kepercayaan konsumen dan beredarnya informasi yang buruk

atau negatif sehubungan dengan pelayanan perusahaan karena adanya *cancel* dan *delay*.

Tabel 1.1.
Kuesioner Awal

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah anda pernah menggunakan jasa titip?	19	11
Apakah anda pernah mengalami penipuan saat menggunakan jasa titip?	2	28
Apakah anda percaya dengan kredibilitas jasa titip?	21	9
Apakah menurut anda kepercayaan sangat penting didalam jasa titip?	30	0
Apakah menurut anda kualitas informasi menjadi salah satu bagian penting dalam jasa titip?	27	3

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Penggunaan jasa titip sendiri sangat populer di kalangan anak-anak muda seperti mahasiswa, karena kedekatan mereka dengan sosial media serta gaya hidup mereka yang rata-rata konsumtif, dalam wawancara awal yang dilakukan terhadap 30 mahasiswa/i Universitas Katolik Parahyangan ditemukan bahwa 19 mahasiswa/i pernah menggunakan jasa titip, dimana dari ke-19 mahasiswa/i tersebut 2 orang pernah mengalami penipuan saat menggunakan jasa titip. Sebanyak 21 mahasiswa/i juga menyatakan percaya dengan kredibilitas dari jasa titip, seluruh responden juga setuju bahwa kepercayaan sangatlah penting didalam bisnis jasa titip, sedangkan 27 responden menilai bahwa kualitas informasi adalah salah satu bagian yang paling penting didalam jasa titip.

Berdasarkan kuesioner awal tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan umum bahwa kebanyakan mahasiswa/i di Universitas Katolik Parahyangan sudah pernah menggunakan jasa titip, dimana beberapa diantaranya sempat mengalami kejadian

buruk berupa penipuan, meskipun demikian kebanyakan masih percaya dengan kredibilitas yang dimiliki oleh jasa titip. Seluruh mahasiswa/i juga setuju bahwa kepercayaan merupakan salah satu bagian penting didalam jasa titip dan sebagian besar juga setuju bahwa kualitas informasi juga menjadi salah satu bagian terpenting didalam bisnis jasa titip.

Kepercayaan adalah salah satu bentuk perilaku konsumen yang memiliki keyakinan spesifik terhadap suatu produk, jasa, maupun orang bahwa mereka memiliki *integrity* (kejujuran, tepat janji, dan dapat dipercaya), *benevolence* (perhatian serta motivasi untuk bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen), *competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melakukan hal-hal yang diinginkan), dan *predictability* (konsistensi perilaku) (Dewi, Yulianeu, Haryono, & Gagah, 2013). Kepercayaan dipandang sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian, terutama dalam jasa titip dimana regulasi yang mengatur tidak ada dan sistem yang serba *online* memaksa konsumen untuk benar-benar menaruh kepercayaan kepada jasa titip sebelum melakukan keputusan pembelian.

Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian telah diamati dan diteliti oleh banyak peneliti, dimana beberapa diantaranya seperti Dewi, Yulianeu, Haryono, & Gagah (2013); Mahkota, Suyadi, & Riyadi (2014); Ayuningtiyas & Gunawan (2018); Mulyadi, Eka, & Nailis (2018); Agustina, Tholok, & Handry (2019) menjelaskan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, dimana semakin tinggi kepercayaan seseorang maka semakin tinggi pula kemungkinan untuk mengambil keputusan membeli suatu produk.

Kualitas informasi adalah persepsi seseorang terhadap informasi yang berhubungan dengan suatu produk, jasa atau perusahaan, persepsi tersebut terbentuk berdasarkan penilaian terhadap tingkat keakuratan, ketepatan waktu, kelengkapan, dan kesesuaian informasi dengan kondisi yang dilihat secara nyata (Aimsyah, 2003). Informasi pada dasarnya adalah sebuah “pedang bermata dua” karena dapat mempengaruhi secara positif maupun negatif keputusan pembelian, sehingga suatu perusahaan harus mengelola informasi yang ada dengan baik agar penilaian konsumen positif terhadap kualitas informasi yang disediakan oleh perusahaan. Oleh karena itu kepercayaan dan kualitas informasi sangat diperlukan untuk menggunakan jasa pada jasa titip karena dengan adanya kualitas informasi yang baik dan kepercayaan baik maka kita percaya untuk menggunakannya dan dapat memilih mana jastip yang baik ataupun jastip yang mau menipu, karena dengan adanya informasi yang jelas dan akurat kemungkinan kecil jasa jastip akan menipu.

Penelitian ini ditujukan kepada kalangan mahasiswa Universitas Parahyangan, untuk menyudutkan penelitian jasa titip yang diteliti hanya jasa titip luar negeri yang masih berjalan sampai sekarang, adapun alasan peneliti memilih mahasiswa sebagai objek penelitian adalah kedekatan mahasiswa dengan media sosial dan budaya berbelanja secara *online* yang sudah cukup kuat di kalangan tersebut. Media sosial dan *online shop* merupakan dua komponen yang menjadi bagian dari bisnis jasa titip, dimana para pelaku usaha berkomunikasi, membagikan informasi, dan memasarkan jasanya menggunakan media sosial dan *online shop*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan serangkaian permasalahan-permasalahan yang ingin dijawab atau dibahas dalam suatu penelitian, yang bersumber dari latar belakang penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh dari kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui jasa titip di kalangan mahasiswa Universitas Parahyangan selama masa pandemi CoVid-19?
2. Apakah terdapat pengaruh dari kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui jasa titip di kalangan mahasiswa Universitas Parahyangan selama masa pandemi CoVid-19?
3. Apakah terdapat pengaruh dari kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui jasa titip di kalangan mahasiswa Universitas Parahyangan selama masa pandemi CoVid-19?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi permasalahan yang ada didalam rumusan masalah dan mendapatkan jawaban yang tepat mengenai permasalahan tersebut untuk kemudian dicari solusinya. Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh dari kepercayaan terhadap keputusan pembelian melalui jasa titip di kalangan mahasiswa Universitas Parahyangan selama masa pandemi CoVid-19.
2. Mengetahui pengaruh dari kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui jasa titip di kalangan mahasiswa Universitas Parahyangan selama masa pandemi CoVid-19.

3. Mengetahui pengaruh dari kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui jasa titip di kalangan mahasiswa Universitas Parahyangan selama masa pandemi CoVid-19.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis maupun kegunaan teoritis. Kegunaan praktis yang dimaksud adalah.

1. Bagi Pelaku Usaha Jasa Titip: Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai kepercayaan dan kualitas informasi yang dimiliki oleh konsumen terhadap jasa titip selama masa pandemi dan membantu para pelaku usaha untuk menyusun strategi pemasaran yang sesuai.
2. Bagi Masyarakat: Penelitian ini dapat memberikan pandangan kepada masyarakat mengenai pengaruh dari kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui jasa titip.

Sedangkan kegunaan teoritis yang dimaksudkan yaitu:

1. Bagi Akademisi:
 - b. Mengkonfirmasi hasil penelitian terdahulu.
 - b. Mendorong dilakukannya penelitian selanjutnya untuk membuktikan ketepatan dari hasil penelitian yang dilakukan.
 - b. Sebagai sumber referensi untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian.