

ABSTRAK

Anwar Firdaus. 2024. *Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Produk Berjaminan Asuransi Barang pada E-Commerce Shopee di FEBI UIN Antasari Banjarmasin.*

Kata Kunci: Kepercayaan, Persepsi Risiko, Keputusan Pembelian, Asuransi Barang

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian berjaminan asuransi barang pada *e-commerce* shopee, dimana sebagian besar dari mahasiswa kurang mengetahui informasi tentang manfaat dan perlindungan yang diberikan oleh *e-commerce* shopee dalam asuransi barang.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yakni penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kepercayaan dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian produk berjaminan asuransi barang pada *e-commerce* shopee. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan data dilakukan dengan pernyataan kuesioner yang di isi oleh Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari Jurusan Asuransi Syariah, Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah angkatan 2020-2022 UIN Antasari Banjarmasin sebanyak 85 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara simultan variabel kepercayaan dan persepsi risiko berpengaruh positif dari F hitung 115,065 lebih besar dari F tabel sebesar 3,11 dengan signifikan $0,000 < 0,05$ terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh negatif dengan t hitung sebesar -7,984 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,664 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ terhadap keputusan pembelian. Adapun variabel persepsi risiko berpengaruh positif dengan t hitung sebesar 13,949 lebih besar dari t tabel sebesar 1,664 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ terhadap keputusan pembelian.