

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MENGUNAKAN APLIKASI KEANGGOTAAN LOTTE GROSIR  
LAMPUNG**

**THE INFLUENCE OF TRUST, CONVENIENCE, INFORMATION  
QUALITY, PRICE PERCEPTION ON CONSUMERS' DECISIONS  
USING THE LOTTE WHOLESALE MEMBERSHIP APPLICATION,  
LAMPUNG.**

Oleh:

Windy Wulansari<sup>1</sup>, Nur Effendi<sup>2</sup>, Fenny Saptiani<sup>3</sup>  
Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung  
Email: [windywulansari0612@gmail.com](mailto:windywulansari0612@gmail.com)

---

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi, dan persepsi harga terhadap keputusan konsumen menggunakan aplikasi keanggotaan Lotte Grosir Lampung. Metode yang digunakan penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah kepercayaan, kemudahan, kualitas informasi dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen menggunakan aplikasi keanggotaan Lotte Grosir Lampung. Kepercayaan merupakan faktor utama dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Kepercayaan akan muncul ketika pihak yang terlibat mendapatkan kepastian mendapatkan hak dan kewajibannya. Kemudahan adalah seseorang yang sudah percaya atas teknologi yang digunakannya. Faktor kemudahan selalu berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang sistem yang digunakan, Semakin banyak pula tingkat pemanfaatan teknologi. Kualitas informasi yang di sajikan pada sistem online mencakup produk dan jasa. Persepsi Harga sebagai alat ukur menentukan keputusan untuk membeli.

**Kata kunci: Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Harga.**

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of trust, convenience, information quality, and price perceptions on consumer decisions using the Lotte Grosir Lampung membership application. The method used in this research is a quantitative method. The results of this research are trust, convenience, information quality and price perceptions that influence consumer decisions to use the Lotte Grosir Lampung membership application. Trust is a major factor in influencing consumer behavior. Trust will arise when the parties involved get certainty, get their rights and obligations. Convenience is someone who already believes in the technology he uses. The quality of the information presented on the online system includes products and services. Price perception as a measuring tool determines the decision to buy.

**Keywords: Trust, Convenience, Information Quality, and Perce**