

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KOMUNITAS  
VIRTUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
SAMSUNG GALAXY TAB MELALUI E-COMMERCE**

**Muhammad Salman<sup>1</sup>**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi dan komunitas virtual, terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Tab melalui *e-commerce*. Sub-konstruk yang digunakan dari variabel kualitas informasi adalah *user-quality interface*, kualitas informasi produk dan kualitas informasi layanan atau jasa, sedangkan sub-konstruk yang digunakan dalam variabel komunitas virtual adalah interaktifitas, imbalan keaktifan dan reliabilitas. Pengukuran keputusan pembelian secara online berdasarkan kemudahan dalam mengoperasional produk, perbandingan produk, kekuatan merek dan kemudahan memperoleh produk. Penelitian ini menggunakan metode uji hipotesis dan analisis regresi linier berganda, serta menggunakan alat ukur berupa kuesioner dengan jumlah sampel 100 yang disebarakan secara online di komunitas virtual pengguna Samsung Galaxy Tab. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas informasi dan komunitas virtual secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 55.3%, terhadap keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy Tab melalui *e-commerce*.

Kata kunci: kualitas informasi, komunitas virtual, keputusan pembelian online, Samsung Galaxy Tab

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie