

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI ONLINE SHOP SEPATU LUKIS PUNKPINK

Dwi Maistuti

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, kepercayaan, keamanan, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian secara online di online shop sepatu lukis Punkpink. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 responden pada pelanggan yang pernah melakukan pembelian di online shop sepatu lukis Punkpink. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan oleh Roscoe yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai dengan 500. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuisioner yang disebar secara online menggunakan Google Form. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dan hipotesis menggunakan t-statistik serta f-statistik dengan tingkat kepercayaan 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online, harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online, kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online, keamanan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online, dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian secara online.

Kata Kunci: Produk, Harga, Kepercayaan, Keamanan, Pelayanan, dan Keputusan Pembelian Secara Online

FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMERS TO THE ONLINE PURCHASING DECISIONS ON THE ONLINE SHOP PAINTED SHOES PUNKPINK

Dwi Maistuti

Abstract

This Study Aimed To Determine The Product, Price, Trust, Security, And Service To Online Purchasing Decision On The Online Shop Painted Shoes Punkpink. The Samples In This Study Were 100 Respondent Who Are Buyer Of Online Shop Painted Shoes Punkpink. The Sample Size In This Study Using Roscoe Formula That The Decent Sample Size In The Study Is Between 30 To 500. Methods Of Data Collection By Questionnaire. Data Analysis Using Regressions Analysis And Hypotheses Using T-Statistics And F-Statistics With A Confidence Level Of 5%. The Result Of This Research Show That Product Influences To Online Purchasing Decision, Price Does Not Influences To Online Purchasing Decision, Trust Influences To Online Purchasing Decision, Security Does Not Influences To Online Purchasing Decision, And Service Influences To Online Purchasing Decision.

Keywords: *Product, Price, Trust, Security, Service, and Online Purchasing Decision.*

