

***Analysis of the Effect of Online Purchasing Decisions on Lazada on UPN
Veteran Jakarta Students***

**By
Christiono Hartawan**

Abstract

This research uses quantitative descriptive method which is carried out on online purchasing decisions at Lazada. Lazada is one of the largest market places in Indonesia which was founded in 2012 and launched in Indonesia in 2014. The purpose of this study is to find out and prove whether purchasing decisions at Lazada are influenced by trust, service quality, and price. The population in this study were active students of UPN Veteran Jakarta who had shopped at Lazada. Samples taken as many as 75 respondents with purposive sampling method. By distributing questionnaires to students who have shopped at Lazada. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis with the analytical tool used is PLS (Partial Least Square). The results showed that the trust variable had no effect and was not significant to the purchase decision with a path coefficient of 0.156. While the quality of service has an influence and significant effect on purchasing decisions with a path coefficient of 0.485. price and significant influence on purchasing decisions with a path coefficient of 0.320. Adjusted R-Square purchase decision is 0.763 which means the contribution of trust, service quality, and price to the purchase decision is 0.763 and the remaining 0.237 is influenced by other variables.

Keywords: Trust, Service Quality, Price, Purchase Decision

Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Online di Lazada pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta

Oleh
Christiono Hartawan

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada keputusan pembelian online di Lazada. Lazada merupakan salah satu *market place* terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 2012 dan diluncurkan di Indonesia pada tahun 2014. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan membuktikan apakah keputusan pembelian di Lazada ini dipengaruhi oleh kepercayaan, kualitas layanan, dan harga. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UPN Veteran Jakarta yang pernah berbelanja di Lazada. Sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan metode *purposive sampling*. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang pernah berbelanja di Lazada. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dengan alat analisis yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,156. Sedangkan kualitas layanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,485. harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,320. *Adjusted R-Square* keputusan pembelian adalah 0,763 yang artinya kontribusi kepercayaan, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,763 dan sisanya 0,237 dipengaruhi variabel lain

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Pembelian