

# **ANALYSIS OF PURCHASE DECISIONS AT BUKALAPAK E-COMMERCE**

**By**

**Eka Wulandari**

## **Abstract**

*The development of information technology and also the increasing use of the internet, generate opportunities in one of the traded sectors. Where this opens up opportunities for business people to develop business activities via the internet or can be accepted as e-business. One form of e-business itself is e-commerce, where sales of products / services are provided directly to consumers or other business workers by using the internet as a liaison medium. This research is a quantitative study that aims to analyze, and prove the relationship between lifestyle, brand image, and website quality for purchasing decisions. The research carried out took millennial generation in Central Jakarta province who bought in Bukalapak as a researcher. The number of samples was 75 respondents. The sampling method is non-probability sampling and sampling using purposive sampling technique. This study uses data collection results using a questionnaire. Data analysis in this study is the Partial Least Square (PLS) analysis method using Smartpls 3.2.8 Software. Research shows that lifestyle is not approved and also not significant on purchasing decisions. In contrast to the brand image variable, and the quality of the website has a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** Lifestyle, Brand Image, Website Quality, Purchasing Decisions.

# ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* BUKALAPAK

Oleh Eka Wulandari

## Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan juga penggunaan internet yang meningkat, menghasilkan peluang dalam salah satu sektor yaitu perdagangan. Dimana hal ini membuka peluang bagi para pembisnis untuk mengembangkan kegiatan bisnis mereka melalui internet atau dapat dikatakan sebagai *e-business*. Salah satu bentuk dari *e-business* itu sendiri adalah *e-commerce*, dimana penjualan produk/jasa yang diberikan langsung kepada konsumen ataupun pekerja bisnis lainnya dengan mengandalkan internet sebagai media penghubung. Penelitian ini merupakan penelitian secara kuantitatif dimana memiliki tujuan untuk menganalisis, dan membuktikan pengaruh antara gaya hidup, citra merek, dan kualitas website bagi keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan ini mengambil generasi milenial yang ada di provinsi Jakarta Pusat yang membeli di Bukalapak sebagai populasi penelitian. Ukuran sampel yakni sejumlah 75 responden. Metode pengambilan sampel yakni *non probability sampling* serta pengambilan sampel-sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data hasil kumpulan penyebaran melalui kuesioner. Analisa data pada penelitian ini yakni metode analisis *Partial Least Square (PLS)* menggunakan *Software Smartpls 3.2.8*. Penelitian memperlihatkan gaya hidup tidak berpengaruh dan juga tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan variabel citra merek, dan kualitas website berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Gaya Hidup, Citra Merek, Kualitas Website, Keputusan Pembelian.