

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *ONLINE SHOP TOKOPEDIA.COM*

(Studi Pada Mahasiswa/I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012-2014 Universitas Lampung)

Oleh

Kurnia Ramadani Panang Putra

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh dari persepsi harga, keragaman produk dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian *online shop* Tokopedia.com di Universitas Lampung. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Metode Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang didistribusikan kepada 76 responden yang merupakan konsumen yang pernah berbelanja di Tokopedia.com. Analisis data adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, keragaman produk dan kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian di Tokopedia.com dan signifikan. Hasil pengujian dengan regresi berganda dan uji t secara parsial diperoleh persepsi harga, keragaman produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia.com. Namun dalam uji F diperoleh hasil bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan 3 variabel independen berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu persepsi harga, keragaman produk dan kepercayaan konsumen.

Kata kunci : Persepsi Harga, Keragaman Produk, Kepercayaan Konsumen, E-Commerce, Keputusan Pembelian.