

## ABSTRAK

### PENGARUH ORIENTASI KUALITAS DAN ORIENTASI MEREK SERTA KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN TOKOPEDIA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

**Chika Adela Suud**

Pada era globalisasi saat ini internet tidak lagi menjadi suatu hal langka di mata masyarakat. Berdasarkan data rata-rata pengunjung situs yang di dapat dari situs Tokopedia terjadi penurunan yang sangat drastis pada kuartal 4 2019 dari yang semula berada di angka 140,4 juta pengunjung, menjadi hanya 66 juta pengunjung. Penurunan yang sangat drastis ini, menggeser tokopedia yang semula Tokopedia merupakan e-commerce dengan pengunjung terbanyak no 1, menjadi e-commerce dengan pengunjung terbanyak no. 2 (BPS, 2020).

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa faktor-faktor yang menyebabkan penurunan pengunjung Tokopedia yang mencerminkan penurunan minat beli konsumen dengan berfokus pada masyarakat bandar lampung yang memiliki akun belanja pada salah satu marketplace Tokopedia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kualitas, orientasi merek dan kepercayaan terhadap niat beli konsumen. Objek penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang memiliki akun *online shop* Tokopedia.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat kota Bandar Lampung yang melakukan pembelian melalui aplikasi *online shop* Tokopedia. Sampel pada penelitian ini diambil menggunakan *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi liner berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independent orientasi kualitas, orientasi merek dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen atau niat beli konsumen.

**Kata Kunci** : Orientasi Kualitas, Orientasi Merek, Kepercayaan, Niat Beli, Tokopedia.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF QUALITY ORIENTATION AND BRAND ORIENTATION AND TRUST ON CONSUMER PURCHASE INTENTION TOKOPEDIA IN BANDAR LAMPUNG**

**By**

**Chika Adela Suud**

*In the current era of globalization, the internet is no longer a rare thing in the eyes of society. Based on data on the average site visitors that can be obtained from the Tokopedia site, there was a very drastic decline in the 4th quarter of 2019 from the previous 140.4 million visitors, to only 66 million visitors. This drastic decline has shifted Tokopedia, which was originally an e-commerce store with the most visitors, to become an e-commerce site with the most visitors. 2 (BPS, 2020).*

*Based on this data, the researcher wants to know what factors are causing the decline in Tokopedia visitors. Based on the decline in consumer buying interest, focusing on Lampung people who have a shopping account on one of the Tokopedia marketplaces.*

*The research method used in this study is a quantitative method. In this study using a questionnaire with a Likert scale. The population in this study is the people of Bandar Lampung who make purchases through the Tokopedia online shop application. The sample in this study was taken using purposive sampling so that a sample of 100 respondents was obtained. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis.*

*The results of this study indicate that the independent variables of quality orientation, brand orientation and trust orientation have a significant positive effect on the dependent variable or consumer's purchase intention.*

**Keywords:** *Quality Orientation, Brand Orientation, Trust, Purchase Intention, Tokopedia.*