

## ABSTRAK

### **PENGARUH PENJUALAN *ONLINE*, KUALITAS PRODUK, MOTIVASI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BRAND FASHION* LOKAL PADA MAHASISWA JURUSAN PIPS FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

**ISMAN ALFIYANTO**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel penjualan *online*, kualitas produk, motivasi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk *brand fashion* lokal pada Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 471 Mahasiswa aktif Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung Angkatan 2019, 2020 dan 2021 yang sudah memutuskan membeli produk *brand fashion* lokal. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan teknik *simple random sampling* yang berjumlah 82 Mahasiswa berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus *slovin*. Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan uji t dan secara simultan dilakukan dengan uji F. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh baik secara parsial maupun simultan antara penjualan *online*, kualitas produk, motivasi konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk *brand fashion* lokal pada Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh  $F_{hitung} = 65,186$  dan  $F_{tabel} = 2,49$  yang berarti bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan kadar determinasi sebesar 0,772 atau 77,2% dan sisanya 22,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Penjualan *Online*, Kualitas Produk, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

### **EFFECT OF ONLINE SELLING, PRODUCT QUALITY, MOTIVATION AND CONSUMER TRUST IN PURCHASE DECISIONS OF LOCAL FASHION BRAND PRODUCTS ON PIPS FKIP DEPARTMENT STUDENTS LAMPUNG UNIVERSITY**

**By**

**ISMAN ALFIYANTO**

This study aims to determine the effect of online sales variables, product quality, motivation and consumer confidence on purchasing decisions for local fashion brand products among students of the PIPS Department of FKIP, University of Lampung. In this study, the research method used was a descriptive verification method with an ex post facto and survey approach. The population in this study is 471 active students of the PIPS FKIP University of Lampung Class of 2019, 2020 and 2021 who have decided to buy local fashion brand products. The sampling technique in this study was probability sampling using simple random sampling technique, which totaled 82 students based on calculations using the slovin formula. Partial hypothesis testing was carried out by t test and simultaneously by F test. The results showed that there was a partial or simultaneous influence between online sales, product quality, consumer motivation and consumer trust on purchasing decisions for local fashion brand products in PIPS FKIP students. Lampung University. Based on the results of hypothesis testing,  $F_{count} = 65.186$  and  $F_{table} = 2.49$  which means that  $F_{count} > F_{table}$  with a determination level of 0.772 or 77.2% and the remaining 22.8% is influenced by other variables not examined in this study.

**Key Words:** Online Selling, Product Quality, Consumer Motivation, Consumer Trust and Purchase Decision.