

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE MELALUI BLACKBERRY MESSENGER* (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung)**

**Oleh**

**Lupita Caesari**

Perkembangan di beberapa teknologi yang didapat dari internet, kios interaktif dan CD-ROM, sampai TV digital dan radio telah berimbas pada era yang baru dan membuka kesempatan yang luas bagi komunikasi pemasaran. Media baru tersebut tidak hanya mengubah pemasaran dan komunikasinya, namun juga mempengaruhi karakteristik dari konsumen itu sendiri. Media elektronik maupun internet, telah mengubah secara drastis cara konsumen berperilaku. Media tersebut tidak hanya menawarkan konsumen cara yang lebih baik untuk melihat suatu produk dan jasa, tapi juga membantu menciptakan hubungan yang lebih baik antara pemasar dan konsumen.

Masalah yang dihadapi dalam penelitian ini adalah berbagai persaingan yang ada dalam penjualan secara online perilaku konsumen dalam berbelanja. Hal itu membuat konsumen semakin hati-hati dalam membeli produk dan juga semakin mempertimbangkan banyak unsur-unsur yang saling berkaitan dan saling

mempengaruhi sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian secara *online* melalui *Blackberry Messenger*, penelitian ini mencoba melihat penilaian para pengguna *Blackberry Messenger* yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Hipotesis penelitian ini adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Kepercayaan ( $X_3$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online* melalui *Blackberry Messenger*.

Metode penelitian yang digunakan mengukur validitas dan reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Croanbach's* yang dihitung dengan bantuan SPSS 13.0. sedangkan alat analisis yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif serta menggunakan uji hipotesis f dan t.

Hasil pembahasan, keseluruhan hasil variabel X dan Y dinilai baik yang terdiri dari 16 pertanyaan yang diteliti direduksi menggunakan analisis faktor menjadi 4 faktor yaitu kualitas produk, harga, kepercayaan dan kualitas pelayanan serta variabel Y yaitu keputusan pembelian *online* melalui *Blackberry Messenger*.

Pemasar *online* melalui *Blackberry Messenger* harus memperhatikan secara khusus kualitas produk yang dijual agar konsumen tidak kecewa dan dirugikan karena ternyata gambar lebih bagus dari pada aslinya, dan juga harus bersikap jujur dalam pembayaran agar konsumen dapat lebih percaya dan menjadi loyal.

