

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS WEBSITE, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS *WEBSITE BERRYBENKA*

(Studi Pada Pengguna Berrybenka di Bandar Lampung)

Oleh

Nazira

Perkembangan teknologi saat ini membuat banyak pelaku usaha mulai bermuculan. Banyaknya pelaku usaha menyebabkan persaingan yang cukup ketat sehingga mengharuskan pelaku usaha melakukan berbagai strategi untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar. Selanjutnya, besarnya tingkat pengguna internet telah memberi perubahan kebiasaan dan perilaku masyarakat Indonesia yaitu perubahan transaksi konvensional menjadi transaksi jual beli *online*. Istilah ini kemudian dinamakan dengan *e-commerce*. Indonesia memiliki banyak *E-commerce fashion site* yang telah populer, dan juga memiliki gerai di beberapa tempat salah satu diantaranya yaitu Berrybenka.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk, kualitas website, dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian pada situs website Berrybenka di Bandar Lampung. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 115 responden. Metode pengumpulan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dengan kriteria sesuai dengan yang ditentukan peneliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (uji-t), dan koefisien determinasi (R^2). Kemudian tahap analisa menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas website, dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Website, Keputusan Pembelian, Berrybenka

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, WEBSITE QUALITY, AND RISK PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS ON THE BERRYBENKA WEBSITE

(Study of Berrybenka Users in Bandar Lampung)

By

Nazira

The development of technology today makes many business players appear. The number of business players cause intense competition, which requires business players to implement different strategies to survive in the market competition. In addition, the large number of internet users has changed the habits and behaviour of the Indonesian people, namely changing traditional transactions to online buying and selling transactions. This is called e-commerce. In Indonesia, there are many e-commerce fashion websites that are popular and also have outlets in several places, one of which is Berrybenka.

The purpose of this study is to determine the effect of product quality variables, website quality and risk perception on purchase decisions on the Berrybenka website in Bandar Lampung. The data used in this study is primary data obtained from the results of respondents' answers collected through a questionnaire. The sample size in this study was 115 respondents. The sampling method used is purposive sampling, which is a technique used to determine the sample with criteria according to the researcher's determination. The analysis methods used in this study are validity test, reliability test, partial test (t-test) and coefficient of determination (R^2). Then, in the analysis stage, multiple linear regression analysis is used with the help of SPSS 26 application. The results of this study indicate that product quality, website quality, and risk perception have a significant effect on purchase decisions.

Keywords: Product quality, Website Quality, Purchase Decision, Berrybenka

