

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, keragaman produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada toko online Namira Outlet. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu harga, keragaman produk, dan kepercayaan dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Dalam kaitannya dengan keputusan pembelian, penelitian ini menitik beratkan pada fenomena belanja online yang semakin marak, khususnya di Indonesia. Seiring bertambahnya orang yang berbelanja online, maka penjual online juga bermunculan sehingga terjadi persaingan bisnis yang sangat ketat. Hal ini membuat peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang diperlukan untuk membuat keputusan pembelian pada toko online khususnya pada toko online Namira Outlet.

Setelah dilakukan tinjauan pustaka maupun lapangan dan penyusunan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 85 orang yang pernah melakukan pembelian pada toko online Namira Outlet sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif yaitu indeks variabel, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi serta uji F dan uji t.

Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi korelasi dan heteroskedastisitas. Pada uji hipotesis keragaman produk dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tetapi pada variabel harga tidak menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, keragaman produk, kepercayaan, keputusan pembelian