PENGARUH HARGA KEMUDAHAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI SITUS SHOPPE PADA MAHASISWA MANAJEMEN S1 FEB UPN "VETERAN" YOGYAKARTA

DAMARIS SAGALA
NIM. 141140397

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta
Sagala.maris@@yahoo.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis: 1) Bagaimana harga, kemudahan, kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian online di situs Shoppe pada Mahasiswa Manajemen S1 FEB UPN "Veteran" Yogyakarta 2) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian online distus Shoppe pada Mahasiswa Manajemen S1 FEB UPN "Veteran" Yogyakarta 3) Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian online di situs Shoppe pada Mahasiswa Manajemen S1 FEB UPN "Veteran" Yogyakarta 4) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian online di situs Shoppe pada Mahasiswa Manajemen S1 FEB UPN "Veteran" Yogkarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Manajemen S1 FEB UPN "Veteran" Yogyakarta yang pernah melakukan pembelian secara online di situs Shoppe. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang diganakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 sampel. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Harga,Kemudagan, Kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan 2) Harga berpengaruh secara signifikan dan positif, 3) Kemudahan berpengaruh secara signifikan dan positif 4) Keputusan Pembelian berpengaruh secara signifikan dan positif

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Kemudahan, Kepercayaan