

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS PRODUK, ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE*

Oleh

Yuli Maylena

[yuli.maylena032011@gmail.com](mailto:yuli.maylena032011@gmail.com)

*Platform E-Commerce* muncul dengan menawarkan pengalaman berbelanja *online* yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat juga menyediakan banyak sekali kategori produk mulai dari pakaian, bahan pangan, produk kesehatan, peralatan rumah tangga, produk kecantikan, dan sebagainya serta disesuaikan untuk tiap wilayah. Namun, sebagai pembeli tentu saja untuk melakukan keputusan pembelian secara *online* ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan, seperti harga barang, promosi yang ditawarkan, kualitas dari produk itu sendiri, ulasan dari pembeli terkait produk, kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, kualitas dari produk, ulasan produk, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Variabel-variabel tersebut diuji untuk mengetahui pengaruhnya menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : harga, promosi, ulasan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*, sebaliknya kualitas produk, kemudahan, dan keamanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara *online*.

**Kata kunci:** Pembelian secara *online*, *E-Commerce*, *online shop*, keputusan pembelian, Regresi linear berganda.

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION, PRODUCT QUALITY, PRODUCT REVIEWS, CONVENIENCE AND SECURITY ON ONLINE PURCHASE DECISIONS

By

Yuli Maylena

[yuli.maylena032011@gmail.com](mailto:yuli.maylena032011@gmail.com)

E-Commerce platforms emerged by offering customers an easy, safe and fast online shopping experience through strong payment and logistical support as well as providing various product categories ranging from clothing, groceries, health products, household appliances, beauty products, and so on and adjusted for each region. However, as a buyer, of course, when making a purchase decision online, there are several things to consider, such as the price of the goods, the promotions offered, the quality of the product itself, reviews from buyers regarding the product, convenience and security in transactions. The purpose of this study was to determine the effect of price, promotion, product quality, product reviews, convenience and security on online purchasing decisions. These variables were tested to determine their effect using multiple linear regression analysis method. The results of the study show that: price, promotion, product reviews have no effect on online purchasing decisions, on the other hand product quality, convenience, and security have an influence on online purchasing decisions.

**Keywords:** Online purchasing, E-Commerce, online shop, purchasing decisions, Multiple linear regression.