

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA ZALORA

Oleh :

Sella Tansri Lourenzia

sellatansri.1812110386@mail.darmajaya.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* pada Zalora. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Cochran Q Test untuk mengetahui faktor apa saja yang dianggap sah atau valid. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna atau konsumen Zalora dengan sampel sebanyak 100 responden dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 12 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk *fashion* pada Zalora, diantaranya yaitu Kualitas produk terjamin, *Voucher*, Terpercaya, Pengembalian produk, Variasi produk, Produk *real picture*, *Design* produk, Ketersediaan produk, Kesiapan dan kesiapan dalam membantu, Kecepatan layanan, Kemudahan pembayaran, dan Kemudahan dalam menggunakan aplikasi/web. Diantara 12 faktor tersebut didapatkan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk *fashion* pada Zalora yaitu Terpercaya.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian Zalora, *Fashion*, Cochran Q Test

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO PURCHASE FASHION PRODUCTS ON ZALORA

By :

Sella Tansri Lourenzia

sellatansri.1812110386@mail.darmajaya.ac.id

The purpose of this study was to find what are the most dominant factors that affected the purchasing decisions on fashion products at Zalora. The data analysis method in this study used the Cochran Q Test method to find out what factors were considered valid or valid. The population in this study was all users or consumers of Zalora with the sample of 100 respondents and the sampling technique used the purposive sampling. The result of this study found that there were 12 factors that affected the purchasing decisions on fashion products at Zalora, including Guaranteed product quality, Vouchers, Trusted, Product returns, Product variations, Real picture products, Product design, Product availability, Willingness and readiness to help, Speed services, Ease of payment, and Ease of using the application/web. Among these 12 factors, the most dominant factor affecting the consumer decisions to buy fashion products from Zalora was Trusted.

Keywords : Zalora Purchase Decision, Fashion, Cochran Q Test