

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* BLIBLI.COM

OLEH :

NI WAYAN DELTA PRATIWI

Blibli.com merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* buatan Indonesia dengan ekosistem teknologi dan bisnis menyeluruh yang mencakup B2C, B2B, B2B2C, dan B2G. Permasalahan dalam penelitian ini adalah masih terdapat penurunan tingkat pengguna pada Blibli.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja dan faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian Blibli.com. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Non Probability Sampling*, dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus *Z-score*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Cochran Q* test. Hasil penelitian ini terdapat 3 Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Blibli.com yaitu : Blibli.com menyediakan berbagai macam produk (P10), Bertransaksi di Blibli.com lebih aman dibandingkan *e-commerce* lain (P8), Blibli.com menjual produk dengan harga yang terjangkau (P7).

Kata kunci : Faktor-faktor, Keputusan Pembelian.