

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of website trust, product mix and price perception on purchasing decisions in Elevation online store. The object of this study is the students of Mercu Buana Menteng Campus. This research was conducted to 100 respondents using incidental sampling approach. The method used for data analysis in this study is Partial Least Square. The result of this study indicates that the website trust has no influence on purchasing decision, while product mix and price perception have positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Website Trust, Product Mix, Price Perception, Purchasing Decision.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan *Website*, Bauran Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Online* Elevenia. Objek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana Kampus Menteng. Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden dengan menggunakan pendekatan *insidental sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *Partial Least Square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan *website* tidak berpengaruh, sedangkan bauran produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kepercayaan *Website*, Bauran Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA