

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai e-commerce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas informasi dan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bhinneka.com. objek penelitian ini adalah mahasiswa reguler 2 jurusan manajemen Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 355 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM LISREL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian serta produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Informasi, Produk dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study discusses the e-commerce. The purpose of this study was to determine the effect the price perception , information of quality and product for consumer purchasing decisions on Bhinneka.com. object of this study is the second regular students majoring in management Mercu Buana University, Meruya, West Jakarta. The sample used in this research were 355 respondents. The sampling technique using a convenience sampling. Deskriptif using a quantitative approach. Therefore, the analysis of the data used is the statistical analysis in the form of SEM LISREL. The results of this study showed that price perception significantly influence purchasing decisions, information of quality significantly influence purchasing decisions and products significantly influence purchasing decisions.

Keywords: Price Perception, Information of Quality, Products and Purchase Decision

