

## ABSTRACT

*Research on consumer purchasing decisions on an online store product pretty much done. This study aims to examine the return on the factors that influence consumer purchase decisions on an online store. The factors used are price, product diversity and service quality are hypothesized to influence the purchasing decisions. Samples in this research are only a part of the entire customer shopping on an online store Zaim e-Store. The analytical method used to analyze the effect of variable price, product diversity and service quality to the purchasing decision is by using multiple regression analysis. Results indicate that the regression coefficient prices have the most influence is small compared to the diversity of products and quality of service. In partial test, diversity of products and service quality have positive and significant influence the purchase decision. Price has positive but not significantly influence the purchase decision. Simultaneously, the price, product diversity and service quality can influence the purchase decision. The coefficient of determination demonstrated by 55.4% of purchase decisions are influenced by the price variable, diversity of products and quality of service.. Whereas, the rest of the 44.6% is affected because of other variables which were not checked thoroughly by researchers.*

*Keyword : Price, Product Diversity, Service Quality, Purchasing Decision*



## ABSTRAK

Penelitian terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk toko online sudah cukup banyak dilakukan oleh peneliti lain. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada toko online. Faktor-faktor yang digunakan adalah harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah hanya sebagian dari pelanggan yang berbelanja di toko online Zaim e-Store. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan. Hasil koefisien regresi menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang paling kecil dibandingkan dengan keragaman produk dan kualitas pelayanan. Dalam uji parsial, keragaman produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara bersamaan harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Koefisien determinasi menunjukkan sebesar 55,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan, sisa 44,6% dipengaruhi karena variabel lain yang tidak diperiksa secara menyeluruh oleh peneliti.

Kata Kunci: Harga, Keragaman Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

