

ABSTRAK

Penelitian Ini Bertujuan Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online Pada Aplikasi Lazada. Metode penelitian penelitian kuantitatif dan jenis penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk mengetahui sebab akibat antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengguna aplikasi Lazada dimana jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel pada konsumen pengguna aplikasi Lazada dengan menggunakan *margin of error max*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode angket, dokumentasi, studi Pustaka. Penelitian ini menggunakan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan Konsumen, Harga, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This Research Aims To Analyze The Effect Of Service Quality, Consumer Trust And Price On Online Product Purchase Decisions On The Lazada Application. The research method is quantitative research and the type of research is explanatory research which aims to determine the cause and effect between the variables through hypothesis testing. The population in this study were all consumers using the Lazada application where the total population in this study was unknown. The sample used in this study were consumers using the Lazada application using a margin of error max. Data collection is done by using the method of questionnaires, documentation, library studies. This study uses grouping data based on variables and types of respondents, tabulating data based on variables from all respondents, presenting data for each variable being studied, performing calculations to answer the formulation of the problem and performing calculations to test the hypotheses that have been proposed. This study proves that service quality has an effect on purchasing decisions, trust has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has an effect on purchasing decisions.

Keywords: Service Quality, Consumer Trust, Price, Purchase Decision.

