

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOMPUTER  
(HARDWARE DAN SOFTWARE) SECARA ONLINE DI WWW.BHINNEKA.COM  
(Objek Studi Pada Pelanggan www.bhinneka.com Di Kota Bandung)**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian produk komputer (*hardware* dan *software*) secara *online* pada pelanggan *www.bhinneka.com* di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan bersifat deskriptif. Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa variabel yang diperoleh dari literatur penelitian terdahulu yaitu *Convenience*, *Information*, *Available Products and Services*, *Cost and Time Efficiency*, *Intangibility of Online Product*, *Social Contact*, *Merchandise Quality*, *Service Quality*, *Enjoyment*, *Price Attractiveness*, dan *Perceived Risk*. Penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pelanggan *Bhinneka.com* di kota Bandung. Penelitian ini diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian produk di *Bhinneka.com*.

Dalam penelitian ini diperoleh temuan bahwa terdapat 2 faktor baru yang mewakili 11 variabel tersebut yaitu *Company Capability Factor* yang mewakili variabel *Convenience*, *Information*, *Intangibility of Online Product*, *Merchandise Quality*, *Service Quality*, dan *Enjoyment*; dan *Consumer Consideration Factor* yang mewakili variabel *Available Products and Services*, *Cost and Time Efficiency*, *Social Contact*, *Price Attractiveness*, *Perceived Risk*.

Kata kunci: *E-commerce*, Keputusan Pembelian, *Online Shopping*, Analisis Faktor