

ABSTRAK

Penelitian dilatarbelakangi meningkatnya pertumbuhan pengguna Internet di Dunia dan khususnya Indonesia. Ipsos merilis hasil survei mereka yang menyebutkan bahwa 69% pengguna Internet di Indonesia melakukan pencarian web untuk mencari produk yang ingin mereka beli.

Banyak faktor yang menyebabkan konsumen ingin membeli produk melalui situs belanja *online*, seperti harga yang lebih murah, berbelanja dengan nyaman, dan dapat membandingkan harga. Namun, ada faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu perilaku pembelian konsumen (Kotler and Keller, 2009:166). Maka pada penelitian ini, peneliti mengambil perilaku pembelian konsumen sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode asosiatif dengan skala interval. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada 385 responden belanja *online* di Indonesia. Teknik pengambilan sampel dengan metode teknik sampling kuota. Untuk analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*). Sedangkan dalam proses pengolahan data menggunakan bantuan program *Microsoft Excel 2007* dan *SPSS 14*.

Dari hasil penelitian membuktikan bahwa perilaku pembelian konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan faktor psikologis konsumen sebagai faktor yang paling dominan.

Keyword : Perilaku Pembelian Konsumen, Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Situs Belanja Online

ABSTRACT

The background in this research is a growth of internet user in the world, especially in Indonesia. Ipsos announce their survey result that 69% internet users in Indonesia use the internet to find product that they want to buy.

There are a lot of factor that influence consumers to buy a product in online shopping website, such as cheaper price, comfortable shopping and pricing comparison. But there is another factor that influence consumer buying decision, the factor is consumer buying behavior (Kotler and Keller, 2009:166). So in this research, researcher use consumer buying behavior as a factor that influence consumer buying decision.

The method that use in this research are descriptive and asosiative methods with interval scale. The researcher share questioners to 385 online shopping consumers in Indonesia. This research use sampling quota, descriptive and path analysis to analyze data, and use Microsoft Excel 2007 and SPSS 14 to process data.

This research prove that consumer buying behavior influence significantly to consumer buying decision with psychology factor as the most dominant factor.

Keyword : Perilaku Pembelian Konsumen, Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Situs Belanja Online