

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi khususnya pada informasi dan komunikasi menjadikan dunia semakin berkembang salah satunya terhadap perubahan dalam perekonomian masyarakat. Hal ini didukung oleh perkembangan teknologi *e-commerce* yaitu transaksi bisnis yang dilakukan secara *online*. Salah satu *e-commerce* tersebut yaitu Tokopedia. Dengan semakin banyaknya masyarakat Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* ini, membuktikan bahwa tingginya kepercayaan masyarakat di Indonesia mengenai penggunaan layanan belanja melalui *e-commerce*. Setiap masyarakat akan memilih layanan *e-commerce* berdasarkan pengalaman setiap konsumen dalam menggunakan layanan *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia di Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling purposive* jumlah responden 100 responden konsumen Tokopedia di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel Perilaku konsumen pada Tokopedia sudah dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 71,2%, variabel Keputusan Pembelian pada Tokopedia sudah dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 73,68%, dan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia di Indonesia dengan besarnya pengaruh sebesar 53,5% dan sisanya 46,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Proses Keputusan Pembelian, Tokopedia.