

ABSTRAK

Tampilan dan kualitas desain situs web *social commerce* harus dipertimbangkan terutama pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan pembelian sebab penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya pengaruh. Facebook merupakan salah satu media sosial yang mengadopsi konsep *social commerce*. Belakangan ini, media sosial yang mengadopsi konsep *social commerce* semakin meningkat, menandakan bertambahnya pesaing Facebook. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh kualitas website desain *social commerce* pada lima tahap pengambilan keputusan pembelian dengan objek Facebook. *Usability*, *functionality*, dan *sociability* adalah faktor kualitas desain situs web *social commerce* yang dipelajari dalam penelitian ini. Sedangkan pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi produk, pembelian produk dan *post-purchase* merupakan lima tahap keputusan pembelian yang terlibat dalam penelitian ini. Model penelitian ini diuji dengan 415 pengguna Facebook di Indonesia yang berpengalaman melakukan pembelian secara *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Facebook harus merancang faktor *usability*, *functionality*, dan *sociability* yang lebih baik untuk meningkatkan pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, penjual *online* di Facebook disarankan merumuskan strategi untuk memanfaatkan fitur desain yang telah disediakan oleh Facebook untuk memenuhi keinginan pelanggan dengan lebih baik.