

## ABSTRAK

Perkembangan internet saat ini mengubah kebiasaan seseorang dalam melakukan kegiatan, khususnya dalam melakukan pembelian secara *online*. Banyak faktor perilaku konsumen yang menjadi patokan sebelum melakukan keputusan pembelian *online*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor manakah yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada aplikasi Shopee di Pulau Bali.

Keputusan pembelian merupakan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan pembelian. Perilaku konsumen adalah bagaimana konsumen baik itu pribadi atau organisasi dengan beberapa pengaruh lingkungan untuk memilih produk atau jasa yang akan dipilih. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel independen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dengan regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Menggunakan 300 sampel dan menggunakan rumus Bernoulli dalam perhitungan sampel.

Hasil analisis deskriptif menyatakan bahwa persentase rata-rata faktor kebudayaan sebesar 84,2% dalam kategori dalam kategori sangat baik, faktor sosial sebesar 85,9% dalam kategori sangat baik, faktor pribadi sebesar 80,8% dalam kategori baik, faktor psikologis sebesar 87% dalam kategori sangat baik dan keputusan pembelian sebesar 89,4% dalam kategori sangat baik.

Kesimpulan yang di dapat dari penelitian ini adalah empat faktor perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian *online* pada aplikasi Shopee di Pulau Bali.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian *Online*