

ABSTRAK

Pengaruh Reputasi terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Jual Beli Berniaga.com

Oleh: Irna Andriani (0901822). **“Pengaruh Reputasi terhadap Keputusan Pembelian pada Situs Jual Beli Berniaga.com (Studi pada Pembeli Situs Jual Beli Berniaga.com PT701Search)”** Dibawah bimbingan Ayu Krishna Yuliawati,S.Sos.MM

Pertumbuhan jumlah pengguna internet Indonesia mendorong adanya potensi besar terciptanya trend *online shopping* menggunakan situs iklan baris yang menawarkan berbagai kemudahan dalam berbelanja *online*. Namun disamping kemudahan dalam berbelanja, keputusan pembelian menjadi hal yang sangat sensitif karena konsumen harus lebih berhati-hati dengan mengutamakan keamanan saat bertransaksi. Reputasi yang baik di mata konsumen menjadi faktor penting untuk menumbuhkan rasa percaya dalam menggunakan dan memutuskan pembelian khususnya pada situs jual beli berniaga.com

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran reputasi, keputusan pembelian dan sejauh mana pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli berniaga.com. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel ini adalah kuota sampling. Populasi penelitian merupakan pembeli yang sudah bergabung dengan *facebook fanpage* dan terhubung dengan fitur *facebook connect user* berniaga.com. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan koefisien korelasi Pearson Product Moment dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa situs jual beli berniaga.com memiliki reputasi yang baik, sedangkan keputusan pembelian yang paling dipertimbangkan oleh pembeli adalah pilihan penyalur dengan memprioritaskan harga dan ketersediaan produknya. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.625 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara reputasi dengan keputusan pembelian. Besarnya pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 39% sedangkan sisanya 61% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Reputasi, Keputusan Pembelian

Irna Andriani, 2014

Pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli berniaga.com (studi pada pembeli situs jual beli berniaga.com pt.701search)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

The Influence of Reputation to the Purchase Decision on Classifieds Site Berniaga.com

By: Irna Andriani (0901822). " The Influence of Reputation to the Purchase Decision on Classifieds Site Berniaga.com (Studies conducted on buyer Classifieds Site Berniaga.com PT701Search) " Under the guidance of Krishna Yuliawati Ayu, S.Sos.MM

The growing number of Internet users in Indonesia has led to the great potential for the creation of a tendency to use online shopping with classifieds site, which offers a variety of convenience in shopping online. But despite the ease of shopping, purchase decision become very sensitive because consumers should be very careful to prioritize the security when transacting. Good reputation in the eyes of consumers is an important factor to foster trust in the use and purchase decision, especially on classifieds site berniaga.com.

The purpose of this study is to describe the reputation, purchase decision, and how far the influence of reputation to the purchase decision on classifieds site berniaga.com. This type of research used in this study is descriptive and verification. This sampling technique is quota sampling. The study population is a buyer who already joined the facebook fanpage and has already connected with facebook connect user feature on berniaga.com. The total sample of 100 respondents. The technique used in this analysis is the Pearson Product Moment correlation coefficient and simple linear regression analysis.

The results of this study indicate that classifieds site berniaga.com has a good reputation, whereas most purchase decision considered by the buyer are the distributor and to prioritize price and availability of products. The results of data processing shows that reputation significantly influence purchase decision. Based on the analysis of the data, obtained by the correlation coefficient is 0.625 which indicates a strong correlation between reputation with purchase decision. The magnitude of the effect of reputation on purchase decision is 39% while the remaining 61% is influenced by other factors not examined in this study.

Key words: Reputation, Purchase Decision

Irna Andriani, 2014

Pengaruh reputasi terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli berniaga.com (studi pada pembeli situs jual beli berniaga.com pt.701search)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu