

ABSTRAK

Didan Agus Listyanto, 3402200057. “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Mahasiswa Pengguna Marketplace Lazada di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Galuh Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr. H. Sukomo, Drs., M.Si (Pembimbing I) dan Hj. Nina Herlina. Ir, M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Mahasiswa Pengguna Marketplace Lazada di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2020 Universitas Galuh Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian? 2) Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap Keputusan pembelian? 3) Seberapa besar pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis besarnya: 1) Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa pengguna marketplace Lazada di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Ciamis. 2) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa pengguna marketplace Lazada di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Ciamis. 3) Pengaruh kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mahasiswa pengguna marketplace Lazada di Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Galuh Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu Koefisien Korelasi Sederhana, Koefisien Determinasi, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis atau Uji Signifikansi (Uji t), Uji Hipotesis atau Uji Signifikansi (Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 pengguna marketplace Lazada. Hal ini ditunjukkan dengan hubungan yang kuat, jika Kepercayaan naik maka naik pula Keputusan pembelian pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 pengguna marketplace Lazada. Sedangkan besarnya pengaruh sebesar 55,35%. 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 pengguna marketplace Lazada. Hal ini ditunjukkan dengan hubungan kuat, jika Kualitas Produk naik maka naik pula Keputusan pembelian pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 pengguna marketplace Lazada. Sedangkan besarnya pengaruh sebesar 62,56%. 3) Kepercayaan dan Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 pengguna marketplace Lazada. Hal ini ditunjukkan dengan hubungan yang kuat, jika Kepercayaan dan Kualitas produk naik maka naik pula Keputusan pembelian pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2020 pengguna marketplace Lazada. Sedangkan besarnya pengaruh sebesar 65,9%.

Kata kunci: Kepercayaan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian