

ABSTRAK

Vincent Geovanny Wijaya, 181010104, 2022, Analisa Pengaruh Kualitas Produk dan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Klik Com Medan, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Pembimbing II: Ihdina Gustina S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Klik Com, mengetahui pengaruh *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pada Klik Com, mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pada Klik Com.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada perusahaan selama periode 2021 sebanyak 6.590 konsumen. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Pembelian = 3,611 + 0,373 Kualitas Produk + 0,499 *E-Commerce* + e.**

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki nilai $t_{hitung} (3,597) > t_{tabel} (1,985)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Klik Com. Hasil analisis menunjukkan *E-Commerce* memiliki nilai $t_{hitung} (7,773) > t_{tabel} (1,985)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara *E-Commerce* terhadap Keputusan Pembelian pada Klik Com.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Klik Com berdasarkan nilai $F_{hitung} (38,526) > F_{tabel} (3,09)$ dengan signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dan *E-Commerce* secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Klik Com. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,434 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan *E-Commerce* sebesar 43,4% sedangkan sisanya 56,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti kualitas pelayanan, loyalitas, kepuasan, harga, promosi, lokasi, persepsi konsumen, perilaku konsumen, citra merek dan berbagai variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *E-Commerce*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Vincent Geovanny Wijaya, 181010104, 2022, Analysis of the Effect of Product Quality and E-Commerce on Improving Consumer Purchase Decisions at Klik Com Medan, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dedy Lazuardi, S.E., M.M., Advisor II: Ihdina Gustina S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of Product Quality on Purchase Decisions on Klik Com, determine the effect of E-Commerce on Purchase Decisions on Klik Com, determine the effect of Product Quality and E-Commerce on Purchase Decisions on Klik Com.

The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study is all consumers who make purchases at the company during the 2021 period as many as 6,590 consumers. By using the Slovin formula with an error rate of 10%, the number of samples obtained is 99 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Purchase Decision = 3.611 + 0.373 Product Quality + 0.499 E-Commerce + e.

The results of the research analysis show that Product Quality has a value of tcount (3.597) > ttable (1.985) with a significant level of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Product Quality on Purchase Decisions on Klik Com. The results of the analysis show that E-Commerce has a value of tcount (7.773) > ttable (1.985) with a significant level of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between E-Commerce on Purchase Decisions on Klik Com.

The results showed that Product Quality and E-Commerce had a positive and significant effect on Purchase Decisions on Klik Com based on the value of Fcount (38.526) > Ftable (3.09) with a significance of 0.00 < 0.05 so it can be concluded that there is a significant effect between Product Quality and E-Commerce simultaneously on the Purchase Decision on Klik Com. The results of this study are supported by the value of R Square (R²) or the coefficient of determination obtained is 0.434, meaning that the Purchasing Decision variable can be explained by the Product Quality and E-Commerce variables of 43.4% while the remaining 56.6% is influenced by other factors. come from outside this research model such as service quality, loyalty, satisfaction, price, promotion, location, consumer perception, consumer behavior, brand image and various other variables.

Keywords: Product Quality, E-Commerce, Purchase Decision.