

Alicia Moniq Stellata¹, Febriyanto²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro

E-mail :Aliciamoniqstelata30@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya kasus kebocoran akun sebagian pengguna Tokopedia. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan konsumen, kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia. tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut memperkuat pengaruh keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini didapat 68 responden dengan perhitungan menggunakan SPSS 20.

Hasil menunjukkan bahwa 1) Variabel persepsi keamanan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 2) Variabel kemudahan bertransaksi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 3) Variabel kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 4) Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, 5) Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 6) Secara simultan variabel persepsi keamanan, kemudahan bertransaksi, kepercayaan konsumen, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Marketplace Tokopedia.

KataKunci: Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.