

ABSTRAK

Putri Patricia Simbolon. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Secara *Online* di Kota Medan. Dibimbing oleh Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos, M.M dan Enty Evasari Simanjuntak, SE, M.SM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah secara *online* di Kota Medan. Perubahan perilaku konsumen dari belanja *offline* ke *online* telah menjadi fenomena yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perlunya dilakukan analisis lebih mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi keputusan pembelian kosmetik Wardah secara *online*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal untuk mengetahui alasan konsumen membeli kosmetik Wardah secara *online* dan teknik survei terhadap 160 responden yang telah menggunakan kosmetik Wardah dan pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan google form. Hasil Penelitian menunjukkan secara parsial bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*, kemudahan belanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Secara simultan harga, kemudahan belanja *online*, kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Dalam hasil analisis tersebut variabel kepercayaan konsumen yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: harga, kemudahan belanja *online*, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian *online*, Wardah

ABSTRACT

Putri Patricia Simbolon. Analysis of Factors Affecting the Decision to Purchase Wardah Cosmetics Online in Medan City. Mentored by Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos, M.M dan Enty Evasari Simanjuntak, SE, M.SM.

This study aims to analyze the factors that influence the decision to purchase Wardah cosmetics online in Medan City. Changes in consumer behavior from offline to online shopping have become a significant phenomenon in recent years. It is necessary to conduct a more in-depth analysis to identify specific factors that influence the decision to purchase Wardah cosmetics online. This study uses a quantitative method with a causal associative approach to determine the reasons why consumers buy Wardah cosmetics online dan a survey technique of 160 respondents who have used Wardah cosmetics. The results showed that price has a positive dan significant effect on online purchasing decisions, ease of online shopping has a positive dan significant effect on online purchasing decisions dan consumer confidence has a positive dan significant effect on online purchasing decisions. Simultaneously price, ease of online shopping, consumer confidence simultaneously have a positive dan significant effect on online purchasing decisions. In the results of this analysis, the most dominant consumer confidence variable influences purchasing decisions.

Keywords: *price, ase of online shopping, consumer trust, online purchasing decisions, Wardah*