

ABSTRAK

Adinda Ayu Layla. NIM 7123210001 “Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Online Shop Tokopedia.com di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen online shop Tokopedia.com di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan yang masih aktif dan berbelanja di Tokopedia.com sebanyak 122 orang. Pengujian yang digunakan adalah uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t.

Dari hasil uji validitas diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk masing-masing item pertanyaan dan uji reliabilitas angket diperoleh *alpha cronbach* masing-masing variabel yaitu 0,805 untuk variabel X_1 , 0,759 untuk variabel X_2 dan 0,794 untuk variabel Y. Nilai ini lebih besar dari taraf signifikan r_{tabel} yaitu 0,361.

Analisis data masing-masing variabel diperoleh persamaan regresi berganda $Y = 8,986 + 0,143 x_1 + 0,178 x_2 + e$. Diperoleh R^2 sebesar 0,487, yang berarti X_1 dan X_2 menjelaskan pengaruh terhadap variabel Y sebesar 48,7% sedangkan sisanya 51,3% dijelaskan variabel diluar perusahaan. Uji parsial yang dihasilkan masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan signifikansi penelitian lebih kecil dari 0.05, serta hasil perhitungan uji-simultan sebesar 4,156 dengan F_{tabel} 3,07 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan *level of significant* (α) $0,000 < 0,05$, yang artinya hipotesis diterima yaitu harga dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen online shop Tokopedia.com di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan.

Kata Kunci : Harga, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Adinda Ayu Layla. NIM 7123210001 "Influences Prices And Completeness Products Against Decision The Purchase Of Consumers Online Shop Tokopedia.Com At The Faculty Of Economics, Department Of Management, State University Of Medan".

This study aims to determine the effect of price and completeness of products on consumer purchasing decisions online shop Tokopedia.com at Faculty of Economics Department of Management State University of Medan. The sample in this study were all students of the Faculty of Economics Department of Management University of Medan which is still active and shopping in Tokopedia.com as many as 122 respondents. The test used is the test data quality and classical assumption. The hypothesis test uses multiple linear regression analysis, F test and t test.

Validity of test results obtained $r_{\text{adding}} > r_{\text{table}}$ for each item reliability test questions and questionnaires obtained a *Cronbach alpha* of each variable is 0.805 for the variable X_1 , 0.759 for variable X_2 and 0.794 for the variable Y. This value is greater than the level that is significantly r_{table} 0.361.

The data analysis of each variable regression equation $Y = 8.986 + 0.143 x_1 + 0.178 x_2 + e$. Retrieved R^2 of 0.487, which is means the X_1 and X_2 explain the effect on variable Y of 48.7% while the remaining 51.3% described variables out of the company. The resulting partial test each independent variables affect the dependent variable with research significance less than 0.05, and the results of the test-simultaneous calculation of 4.156 with F_{table} 3.07, which is means $F_{\text{adding}} > F_{\text{table}}$ with a *level of significant* (α) $0,000 < 0,05$, which is means that the hypothesis is accepted that price and completeness of the product together significantly influence on consumer purchase decisions online shop Tokopedia.com at Faculty of Economics Department of Management State University of Medan.

Keywords: Price, Products Completeness , Purchase Decisions