

**PENGARUH PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FASHION*  
SECARA *ONLINE* PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI,  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

Oleh

**Ni Luh Supraeni, NIM 1717011074**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha (2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha (3) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha (4) pengaruh harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kausal. Teknik sampling yang digunakan yaitu simple random sampling. Populasi penelitian ini yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2021 dan 2022, dengan jumlah sampel yaitu 122. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda yaitu meliputi uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* secara parsial, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (2) ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* secara parsial, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (3) ada pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* secara parsial, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . (4) Ada pengaruh positif dan signifikan antara harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian *fashion* secara *online* secara simultan, dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 25,9%, dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,259.

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine (1) the influence of price on online fashion purchasing decisions among Economic Education Students, Ganesha Education University (2) the influence of product quality on online fashion purchasing decisions among Economic Education Students, Ganesha Education University (3) the influence of trust on online fashion purchasing decisions among Economic Education Students, Ganesha Education University (4) the influence of price, product quality and trust on online fashion purchasing decisions among Economic Education Students, Ganesha Education University. The type of research used is causal research. The sampling technique used is simple random sampling. The population of this research is Economics Education Students Class of 2021 and 2022, with a sample size of 122. The data collection method uses a questionnaire and is analyzed using multiple linear regression, which includes the t test. The research results show that (1) there is a positive and significant influence of price on online fashion purchasing decisions partially, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . (2) there is a positive and significant influence of product quality on online fashion purchasing decisions partially, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . (3) there is a positive and significant influence of trust on online fashion purchasing decisions partially, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . (4) There is a positive and significant influence between price, product quality and trust on online fashion purchasing decisions simultaneously, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The magnitude of the influence of price, product quality and trust on purchasing decisions is 25.9%, as evidenced by the coefficient of determination value of 0.259.*

**Keywords:** *Purchase Decision, Price, Product Quality, Trust*

