

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SECARA *ONLINE* DI BUKALAPAK PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI UNDIKSHA**

**Oleh**

**Made Abi Mantara, NIM 1617041101**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian secara *online* di Bukalapak (2) faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian secara *online* di Bukalapak. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dilanjutkan dengan pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Teknik penentuan sampel yaitu *sampling proporsional*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 231 responden dan dianalisis menggunakan analisis faktor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian secara *online* di Bukalapak adalah faktor keunggulan keputusan pembelian, faktor produk dan *marketing mix*, faktor sosial, dan faktor budaya. (2) faktor yang dominan menentukan keputusan pembelian secara *online* di Bukalapak adalah faktor keunggulan keputusan pembelian yang terbentuk dari faktor kepercayaan, keamanan, kenyamanan, kemudahan, dan resiko.

**Kata Kunci:** faktor keunggulan keputusan pembelian, keputusan pembelian

**Abstract**

*This study was aimed to examine (1) the factors that determine online purchasing decisions at Bukalapak, (2) the most dominant factor in determining online purchasing decisions at Bukalapak. The design of the study was quantitative research. The data was collected using a questionnaire followed by sampling with purposive sampling technique. The sampling technique is proportional sampling. The samples of this study are 231 respondents and they are analyzed by using factor analysis. The result of the study showed that (1) the factors that determine online purchasing decisions at Bukalapak is advantage factor of purchasing decision, product and marketing mix factor, social factor and culture factor, (2) the most dominant factor in determining online purchasing decisions at Bukalapak is advantage factor of buying decision which formed from factor of trust, security, comfort, convenience and risk.*

**Key words:** *advantage factor of purchasing decision, purchasing decisions*