

ABSTRAK

Amalia Ulfah : Pengaruh *Electronic Service Quality* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada Elzatta Hijab di Bandung

Elzatta hijab merupakan salah satu *pioneer* dari brand hijab dan busana muslim. Pada mulanya elzatta ini hanya menjual produknya melalui toko, namun dengan perkembangan zaman elzatta menambah media penjualannya melalui *website*. Hal ini diharapkan dapat memperluas pangsa pasar dari elzatta hijab dan memudahkan untuk kosumen mendapatkan produknya. Namun, media *website* ini belum digunakan dengan optimal oleh elzatta, hal ini terlihat dari pendapatan penjualan melalui *website* yang semakin menurun. Sedangkan pendapatan elzatta hijab secara keseluruhan semakin meningkat.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial *electronic service quality* dan harga terhadap keputusan pembelian *online* pada elzatta hijab. Dan untuk mengetahui pengaruh secara simultan *electronic service quality* dan harga terhadap keputusan pembelian online pada elzatta hijab.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut deavaj bahwa keputusan pembelian online dipengaruhi kepada kemudahan dalam mencari informasi. Menurut deavaj faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja *online* adalah efisiensi dalam pencarian, value (harga bersaing dengan kualitas, dan interasksi (informasi, keamanan, load time, dan navigasi).

Metodelogi yang digunakan adalah eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan sebanyak tiga variabel, dimana variabel yang dioperasionalisasikan adalah *Electronic service quality* dan harga sebagai variabel independen dan keputusan pembelian *online* sebagai variabel dependen. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji F.

Hasil penelitian dalam tesis ini menyatakan bahwa E-servqual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $t_{hitung} +11,129 > t_{tabel} \pm 1,98$. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan Ardanis Fitria. Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai $t_{hitung} -6,817 > t_{tabel} \pm 1,98$. Hal ini mendukung penelitian Ayu Lestari. Kemudian E-servqual dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian online dengan nilai F tabel lebih besar dari F hitung yaitu dengan nilai $F_{hitung} 93,458 > F_{tabel} 3,09$. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ardanis Fitria.

ABSTRACT

Amalia Ulfah: *Effect of Electronic Service Quality and Prices on Online Purchase Decisions on Elzatta Hijab at Bandung*

Elzatta hijab is one of the pioneer of brand hijab and Muslim fashion. In the beginning of its business, elzatta only sells its products through the shop, but along with the evolution of era elzatta adds the website as its new sales media.

It is expected to expand the market share of elzatta hijab and could give an easier way for its consumers to get their products. However, the website has not been used optimally by elzatta, it could be seen from the decrease of its sales revenue through the website. Meanwhile the total income of Elzatta hijab is increasing.

The purpose of this study is to determine the partial influence of electronic service quality and price against the decision of online purchase on elzatta hijab. It is also to know the simultaneous influence electronic service quality and price against decision of online purchase on elzatta hijab.

The theory used in this study is according to deavaj that the decision of online purchase depends on the ease in finding information. And according to deavaj, the factors that affect consumer decisions in making online purchases are efficiency in seeking, value (price competes with quality, and interaction (information, security, load time, and navigation).

The methodology used is explanatory with a quantitative approach. Variables used are three variables, which is the operational variables used are Electronic service quality and price as independent variables and online purchasing decision as dependent variable. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination and hypothesis testing using t test and F test.

The result of this research shows that E-servqual have positive and significant effect to the decision of online purchase with t value greater than t table ie $t_{count} +11,129 > t_{table} \pm 1,98$. This result supports the research which conducted by Ardanis Fitria. Price have negative and significant effect to decision of online purchase with tcount value $-6,817 > t_{table} \pm 1,98$. This result supports Ayu Lestari's Research. Then E-servqual and pricing simultaneously affect the decision of online purchase with the value of F table greater than F count, the value $F_{count} 93.458 > F_{table} 3.09$. This result supports the research which conducted by Ardanis Fitria.