

THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY, TRUST, PRODUCT QUALITY AND PRICES ON THE PURCHASE DECISION OF WOMEN'S FASHION PRODUCTS IN ONLINESHOP SOCIAL MEDIA IN PADANG CITY

Resma Yulita¹, Irda², Dahliana Kamener³,

^{1,2,3} Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University
Email : resmayulita1995@gmail.com, irda1987@yahoo.com, dahlianakamener@ymail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of website quality, trustworthiness, product quality and price on purchasing decisions for women's fashion products on online social media in Padang City. Poupulasi is all consumers who shop for women's fashion products on online social media in Padang City in 2019 whose numbers are unknown, with a sample of 138 consumers who shop for women's fashion products on Onlineshop Social Media in Padang City. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing using statistical T-test to prove the effect of independent variables on the dependent variable partially or individually.

The results of this study found that Website quality has no influence on purchasing decisions for women fashion products, while trust, Product quality and price has a positive effect on purchasing decisions for women fashion products.

Keywords: Website Quality, Trust, Product Quality, Price, Purchasing Decisions

**PENGARUH KUALITAS WEBSITE, KEPERCAYAAN,
KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
PRODUK FASHION WANITA PADA MEDIA SOSIAL ONLINESHOP
DI KOTA PADANG**

Resma Yulita¹, Irda², Dahliana Kamener³,

^{1,2,3} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

Email : resmayulita1995@gmail.com, irda1987@yahoo.com, dahlianakamener@ymail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *kualitas website*, kepercayaan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk fashion wanita pada media sosial onlineshop di kota padang. Poupulasi adalah semua konsumen yang berbelanja produk fashion wanita pada media sosial onlineshop di Kota Padang tahun 2019 yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, dengan jumlah sampel sebanyak 138 orang konsumen yang berbelanja produk fashion wanita Pada Media Sosial Onlineshop di Kota Padang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T_{-test} statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kualitas *Website* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fashion wanita. sedangkan kepercayaan, Kualitas produk, dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk fashion wanita.

Kata Kunci : Kualitas Website, Kepercayaan, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian