

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi pada : Mahasiswa Bung Hatta Padang)**

ABSTRAK

Pengguna internet semakin pesat khususnya dikalangan mahasiswa memudahkan mereka mendapatkan apa yang dibutuhkan, salah satunya dalam berbelanja online. Kebanyakan mahasiswa saat ini ingin selalu berpenampilan modis dengan gaya hidup yang berbeda-beda agar bisa menjadi sebuah trend dimedia sosial. Keputusan pembelian pada toko online yang dilakukan oleh mahasiswa memberikan banyak kemudahan, salah satunya adalah efisiensi waktu. Kualitas produk yang dijual pada toko online juga tidak kalah bagusnya dengan yang dijual pada toko offline. Harga yang relative lebih murah dan situs web yang terpercaya membuat mahasiswa Bung Hatta Padang gemar dalam memutuskan untuk berbelanja pada toko online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko online oleh mahasiswa Bung Hatta Padang. Jumlah responden yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang mahasiswa S1 Bung Hatta Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, kualitas produk dan harga pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko online. Sedangkan hasil pengujian variabel interaksi gaya hidup dengan kepercayaan tidak memoderasi hubungan gaya hidup dan keputusan pembelian pada toko online. Berbeda dengan hasil pengujian variabel interaksi kualitas produk dengan kepercayaan memoderasi hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian pada toko online. Sejalan dengan hasil pengujian variabel interaksi harga dengan kepercayaan memoderasi hubungan harga dan keputusan pembelian pada toko online.

Kata kunci : Gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian online dengan kepercayaan sebagai variabel moderating.

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi pada : Mahasiswa Bung Hatta Padang)**

ABSTRACT

Internet users are increasingly fast, students provide them with what is needed, one of them in online purchases. More than current students want to always look fashionable with different lifestyles in order to become a trend in social media. Buying decisions at online stores made by students provide many conveniences, one of which is time efficiency. The quality of products sold in online stores is no less good than those sold in offline stores. Relatively cheaper prices and a trusted website make Bung Hatta Padang students fond of deciding to buy at an online store. The purpose of this research is to study the lifestyle, product quality and price of purchasing decisions at an online shop by Bung Hatta students in Padang. The number of respondents who can be used in this study are 100 students of Bung Hatta Padang. The results showed that lifestyle, product quality and price were positive and significant towards purchasing decisions at online stores. Variable positive and significant beliefs on purchasing decisions at online stores. While the results of testing lifestyle variables with trust do not moderate the relationship of lifestyle and purchasing decisions on online stores. In contrast to the results of testing product quality variables with confidence moderate the relationship of product quality with purchasing decisions at online stores. In line with the test results, the interaction variable with trust moderates the price relationship, and purchasing decisions at the online store.

Keywords: *Lifestyle, product quality and prices for online purchasing decisions with trust as a moderating variable.*