

ABSTRAK

Orland Jorge Imanuel, Analisa Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Media *Online (e-Marketing)* (dibimbing oleh Dra. I'in E. Mardiani,ME)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menentukan variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen serta mengetahui variabel Manfaat atau Hambatan dalam bertransaksi yang secara dominan merupakan variabel yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian konsumen melalui media *online (e-Marketing)* dan juga mengetahui kecenderungan perilaku konsumen dimasa yang akan datang jika dilihat dari Zscore yang terbentuk.

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi lapangan dengan melakukan survey dan studi pustaka. Data primer yang dikumpulkan dari 100 responden melalui penyebaran kuesiober. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik quota dan purposive sampling.

Berdasarkan fungsi diskriminan dapat disimpulkan bahwa ternyata dari kedua variabel tersebut ternyata variabel manfaat dalam bertransaksi yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui media *online (e-Marketing)*.

Berdasarkan hasil perhitungan Zscore, didapatkan kecenderungan perilaku konsumen dimasa yang akan datang dalam keputusan pembelian (jarang atau sering) yaitu lebih banyak konsumen yang sering membeli dibandingkan dengan konsumen yang jarang membeli.