

ABSTRACT

FACTOR THAT INFLUENCE PURCHASING DECISIONS FOR CLOTHING PRODUCTS *ONLINE*

**(Survey on Development Economics Study Program, Faculty of Economics
and Business, Siliwangi University Class of 2018-2021)**

By:

Vira Aprila

NPM. 183401053

Mentors:

Asep Yusup Hanapia

Aso Sukarso

This study aims to determine the effect of price, product quality, trust, and consumer tastes partially and jointly on *online* purchasing decisions for clothing products. The method used is multiple linear regression. The results of this study indicate that: partially price, consumer confidence and tastes have a positive and significant effect on purchasing decisions for clothing products *online*, while product quality has a negative and insignificant effect on purchasing decisions for clothing products *online*. Collectively Price, Product Quality, Trust, and Consumer Taste have a significant effect on purchasing decisions for clothing products *online*.

Keywords: Purchase Decision, Price, Product Quality, Trust, and Consumer Taste

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN SECARA *ONLINE*

**(*Survei pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas Siliwangi Angkatan 2018-2021*)**

Oleh:

Vira Aprila

NPM. 183401053

Pembimbing:

Asep yusup Hanapia

Aso Sukarso

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Selera Konsumen secara parsial dan secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: secara parsial Harga, Kepercayaan dan Selera Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*, sedangkan Kualitas Produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online*. Secara bersama – sama Harga.Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Selera Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk pakaian secara *online* .

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Selera Konsumen.