

“Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Jasa Titip Online @Dlesend_”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen dan harga terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa titip online @Dlesend_. Fenomena meningkatnya penggunaan jasa titip di media sosial, khususnya Instagram, menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja produk luar negeri tanpa harus bepergian langsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan layanan @Dlesend_, dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap transparansi, reputasi, dan keamanan transaksi, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk membeli; (2) Harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa persepsi harga yang wajar dan transparan dapat mendorong keputusan pembelian; (3) Secara simultan, kepercayaan konsumen dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan jasa titip online @Dlesend_. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,187 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut menjelaskan 18,7% variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas pelayanan dan promosi. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepercayaan menjadi faktor paling dominan dalam keputusan pembelian pada transaksi jasa titip berbasis online.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Harga, Keputusan Pembelian, Jasa Titip Online, @Dlesend_