

Syahrul Makhosin. NIM: 150321100043. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pembelian Berbasis *Online* (Studi Kasus Pembelian Burung di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan). Di bawah bimbingan Dr. Ir. Slamet Subari, M.Si. dan Dr. Isdiana Suprapti, SP.,MM.

ABSTRAK

Kecamatan Paciran merupakan salah satu sentra penjualan dan penangkaran burung lovebird di Lamongan dan sudah menggunakan media sosial sebagai transaksi elektronik. Setiap individu mempunyai karakteristik dan perilaku yang berbeda-beda. Perilaku tersebut telah didasari oleh beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan transaksi secara *online*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui karakteristik konsumen dan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian burung lovebird berbasis *online* di Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan. Metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa karakteristik konsumen yaitu secara umum konsumen berusia produktif, berjenis kelamin laki-laki, pendidikan SMA sederajat dan berpendapatan 2.000.000 ke atas. Adapun faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian burung lovebird berbasis *online* secara simultan variabel kepercayaan, variabel kemudahan dan variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian burung lovebird. Sedangkan secara parsial variabel yang berpengaruh dalam keputusan pembelian burung lovebird yaitu variabel kepercayaan dan variabel kualitas layanan, akan tetapi variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Burung *Lovebird*, Transaksi *Online*, Regresi, Perilaku Konsumen.

SyahrulMakhosin. NIM: 150321100043. *Factors Affecting Consumer Decisions on Online-Based Purchases (Case Study of Bird Purchases in Paciran District, Lamongan Regency)*. Under the guidance of Dr. Ir. SlametSubari, M.Sc. and Dr. IsdianaSuprapti, SP., MM.

ABSTRACT

Paciran District is one of the centers for the sale and breeding of lovebird birds in Lamongan and has used social media as an electronic transaction. Every individual has different characteristics and behaviors. This behavior has been based on several factors that influence consumer behavior in conducting transactions online. The purpose of this study is to find out the characteristics of consumers and the factors that influence consumer decisions regarding the purchase of online-based lovebird birds in Paciran District, Lamongan Regency. The method used is descriptive analysis and multiple linear regression. The results show that the characteristics of consumers are generally consumers of productive age, male sex, high school education equivalent and income of 2,000,000 and above. As for the factors that influence consumer decisions on the purchase of online-based lovebird birds simultaneously the variables of trust, convenience variables and service quality variables influence the decision to purchase lovebird birds. While partially the variables that influence the decision to purchase lovebird are trust variables and service quality variables, but the convenience variable does not affect purchasing decisions.

Keywords: Lovebird Birds, Online Transactions, Regression, Consumer Behavior.