

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gratis ongkir dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Tokopedia, baik secara langsung maupun melalui kepercayaan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya belanja online yang mendorong pentingnya strategi pemasaran seperti gratis ongkir dan kualitas produk dalam membangun kepercayaan pelanggan serta mendorong keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna Tokopedia di Kota Jambi yang telah melakukan pembelian secara online. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gratis ongkir berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, gratis ongkir memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, gratis ongkir memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan melalui kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan melalui kepercayaan pelanggan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Gratis Ongkir, Kualitas Produk, Kepercayaan Pelanggan, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of free shipping and product quality on purchasing decisions on Tokopedia, both directly and through customer trust as an intervening variable. This research is motivated by the rise of online shopping, highlighting the importance of marketing strategies descisions. The method used is a quantitative method with a descriptive approach. Data were obtained from a questionnaire distributed to 100 Tokopedia usert in Jambi City who had made online purchases. The data analysis technique used Partial Least Square (PLS) to test the relationships between variables. The results of the study indicate quality has a positive and insignificant effect on buyer decisions, free shipping has a positive and significant effect on customer trust, product quality has a positive and significant effect on customer trust, free shipping has a positive and insignificant effect trough customer trust on purchasing decisions, product quality has a positive and significant effect trough customer trust on purchasing decisions.

Keyword: Free Shipping, Product Quality, Customer Trus, Purchase Decision