

ABSTRAK

JD.com adalah sebuah perusahaan *e-commerce* yang berbasis B2C, dengan menjual berbagai macam jenis barang dan jasa. Pada saat ini JD.com memiliki banyak pesaing yang berada dibidang yang sama dan dengan basis yang sama. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *ease of use*, *online review*, *quality information*, *safety*, dan, *after sales service* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada JD.com di Liuzhou dan variabel mana yang paling dominan.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 orang responden dengan menggunakan *purposive sampling* sedangkan analisis yang digunakan yaitu uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, determinasi berganda, uji dominan, dan pengujian hipotesis. Hipotesis pertama penulis yaitu menduga bahwa variabel bebas (X), yang terdiri dari *ease of use* (X₁), *online review* (X₂), *quality information* (X₃), *safety* (X₄), dan, *after sales service* (X₅), berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada JD.com di Liuzhou (Y) terbukti. Hipotesis kedua penulis yaitu menduga bahwa variabel bebas (X) berpengaruh secara parsial adalah hanya variabel *safety* (X₄), dan, *after sales service* (X₅) terbukti. Sedangkan untuk variabel *ease of use* (X₁), *online review* (X₂), *quality information* (X₃) tidak berpengaruh secara parsial. Dan Hipotesis ketiga penulis adalah menduga bahwa variabel *quality information* adalah variabel yang berpengaruh paling dominan ternyata terbukti.

Kata kunci: *ease of use*, *online review*, *quality information*, *safety*, dan, *after sales service*, keputusan pembelian *online*

ABSTRACT

JD.com is an e-commerce company based B2C, to sell various types of goods and services. Nowday JD.com have many competitors who are in the same field and the same base. Therefore, the goal of this experiments to know ease of use, online review, information quality, safety, and, after sales service impact toward online purchase decisions at JD.com in Liuzhou and which are the most dominant variable.

The sample used in this experiments were 70 respondents using purposive sampling, while analysis using test validity, reliability, classic assumption test, multiple linear regression analysis, multiple determination, the dominant test, and hypothesis testing. The first hypothesis is the author presume that the independent variable (X), which consists of the ease of use (X₁), the online review (X₂), quality information (X₃), safety (X₄), and, after sales service (X₅), effect simultaneous and sginificant on online purchasing decisions at JD.com in Liuzhou (Y) is proved. The second hypothesis the author presume independent variable influential partial is only safety variable (X₄), and, after sales service (X₅)is proven. As for the ease of use of variables (X₁), the online review (X₂), quality information (X₃) had no effect partially. And the third hypothesis the author is presume that the quality information variable is the variable most dominant influence was proved.

Keywords: *ease of use, online review, quality information, safety, dan, after sales service, online purchase decision*